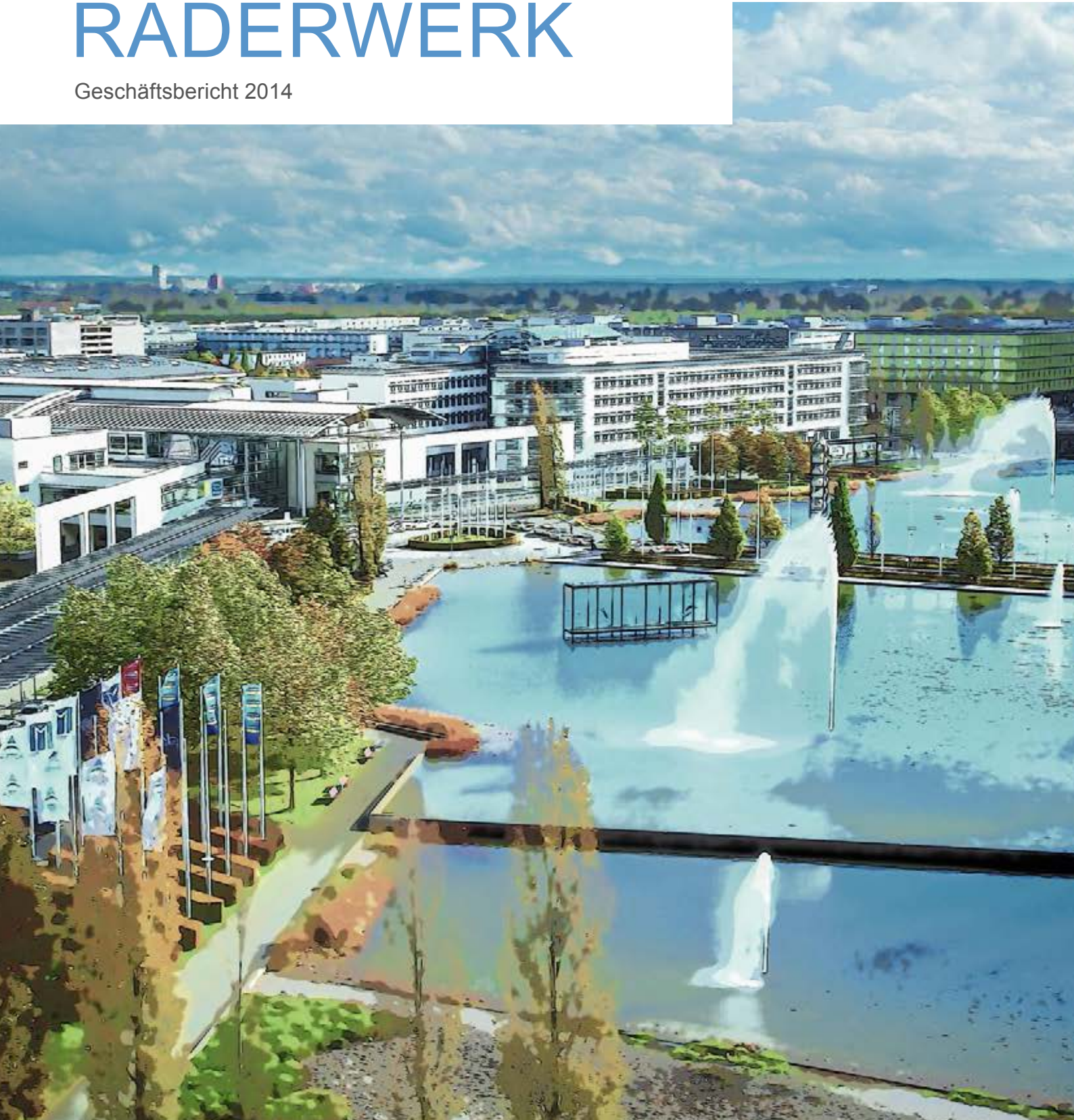




Messe München
International

EIN PERFEKTES RÄDERWERK

Geschäftsbericht 2014



Connecting Global Competence



KENNZAHLEN 2014

		2014 ¹⁾	2013	2012	2011
Verfügbare Hallenfläche Messegelände	m ²	180.000	180.000	180.000	180.000
Verfügbares Freigelände Messegelände	m ²	425.000	425.000	360.000	360.000
Verfügbare Ausstellungsfläche MOC Veranstaltungszentrum München	m ²	37.400	37.400	37.400	37.400
Messen und Ausstellungen ²⁾		13	16	15	18
Gastveranstaltungen		202 ³⁾	203	230	254
Bruttofläche ⁴⁾	m ²	2.230.447	2.724.250	2.401.080	2.163.916
Umschlagshäufigkeit ⁵⁾		11	13	12	11
Nettofläche ⁶⁾	m ²	747.865	1.171.016	755.827	619.022
Aussteller gesamt		33.082	36.400	35.047	31.379
Aussteller aus dem Ausland		8.692	10.344	8.738	6.453
Zusätzlich vertretene Unternehmen		471	87	523	174
Besucher gesamt		1.802.647	2.313.701	1.778.466	1.753.776
Umsatz Messe München GmbH	Mio. EUR	223,7	309,5	221,9	189,3
Konzernumsatz	Mio. EUR	309,4	353,0	298,4	222,5
EBITDA Messe München GmbH ⁷⁾		68,8	112,9	66,7	52,0
Mitarbeiter Messe München GmbH ⁸⁾		621	603	567	544
Mitarbeiter Konzern ⁸⁾		898	842	785	737

Die jeweiligen Kennzahlen eines Messejahres sind aufgrund der jährlich wechselnden und somit stark unterschiedlichen Anzahl und Zusammensetzung der Messeveranstaltungen nur bedingt miteinander vergleichbar.

1) Zahlen beziehen sich, soweit nicht anders vermerkt, auf alle Veranstaltungen in der Messe München (inkl. ICM – Internationales Congress Center München), im Bauzentrum Poing und im MOC Veranstaltungszentrum München

2) Nur Veranstaltungen der Messe München GmbH und GHM ohne sonstige Veranstaltungen Dritter (= Gastveranstaltungen)

3) 106 Gastveranstaltungen auf dem Messegelände, 96 im MOC Veranstaltungszentrum München

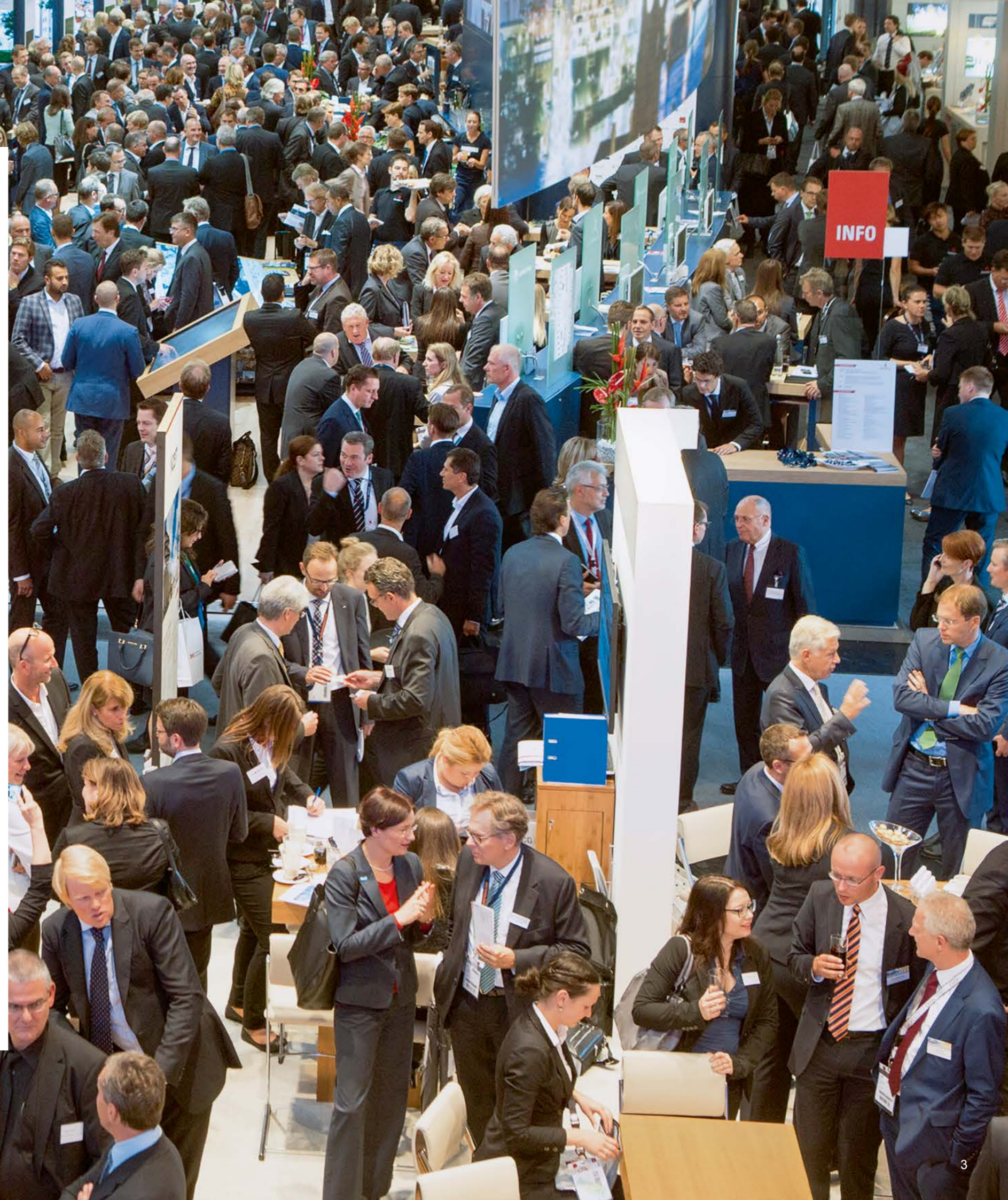
4) Belegte Hallen- und Freigeländefläche

5) Quotient aus belegter Gesamt-Hallen-Bruttofläche und Hallenkapazität der Messe München und des MOC Veranstaltungszentrum München

6) Vermietete Fläche (Hallenfläche und Freigelände) inkl. ca. 5 % Sonderschaufäche; ohne ICM – Internationales Congress Center München, Gastveranstaltungen und Bauzentrum

7) Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen – ohne Ausland

8) Ab 2013 einschließlich der durchschnittlich beschäftigten Aushilfen



INHALTSVERZEICHNIS

- 02 Kennzahlen 2014
- 06 Vorwort des Aufsichtsrats
- 08 Editorial der Geschäftsführung
- 10 Meilensteine 2014

1

WIRTSCHAFTSFAKTOR MESSE

- 16 1.1 Die Messe schiebt die Wirtschaft an
- 20 1.2 Auf der Reise zur Messe
- 24 1.3 Das perfekte Räderwerk
- 26 1.4 Standortvorteil München: Der Messemagnet
- 28 1.5 Beteiligungsstruktur

2

LEISTUNGEN UND ENTWICKLUNGEN

- 32 2.1 IFAT: Der grüne Teppich liegt in München
- 34 2.2 ICM-Kongresswelt: Immer öfter München
- 36 2.3 MOC: „Die 66“ – geballtes Leben leben!
- 38 2.4 Der digitale Aufbruch
- 40 2.5 bauma – der Film
- 42 2.6 Innovativer Standbau
- 44 2.7 Von München in die Märkte der Welt
- 46 2.8 München ist Hotspot: Die Messe-Highlights 2014
- 58 2.9 Ergebnisse aus den Messeveranstaltungen 2014

3

MITARBEITER

- 62 3.1 Unsere Mitarbeiter sind es uns wert
- 64 3.2 Die neue bAV: Eine attraktive und faire Lösung
- 66 3.3 50 Jahre Messe München

4

JAHRESABSCHLUSS

- 68 Jahresabschluss
- 100 Impressum



STAATSMINISTERIN
ILSE AIGNER

„Die Messe München trägt maßgeblich dazu bei, dass der Wirtschaftsstandort Bayern international wettbewerbsfähig ist.“



OBERBÜRGERMEISTER
DIETER REITER

„Wir schauen zuversichtlich in die Zukunft der Messe München. Deshalb haben wir unsere Zustimmung für den Neubau von zwei Hallen gegeben.“

EIN UNTERNEHMEN VOLLER LEISTUNGSKRAFT

Bayern und München stärken, diesen Auftrag erfüllt die Messe München International seit fünf Jahrzehnten mit großem Erfolg. Zahlreiche Leitmessen versammeln das internationale Who's who ihrer

Branche und dienen bayerischen Unternehmen als Sprungbrett in Wachstumsmärkte rund um den Globus. Damit trägt die Messe München maßgeblich dazu bei, dass der Wirtschaftsstandort Bayern international wettbewerbsfähig ist und im Jahr 2014 trotz vieler internationaler Unsicherheiten einen erneuten Außenhandelsrekord erzielte.

Die Messe München ist nicht nur als Dienstleister wertschöpfend. Sie generiert in wachsendem Maße bayern- und bundesweit Umsätze und Arbeitsplätze bei vielen Unternehmen wie Hotels, Restaurants und Logistikunternehmen – und damit auch Steuereinnahmen. Dies hat 2014 mit eindrucksvollen Zahlen eine in Auftrag gegebene Studie des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung belegt. Gleichzeitig erarbeitet sich das Unternehmen konsequent und nachhaltig seine wirtschaftliche Unabhängigkeit: Seit fünf Jahren schreibt die Messe München schwarze Zahlen und konnte 2014 die Gesellschafterdarlehen des Freistaates Bayern und der Landeshauptstadt München für den Neubau des Messegeländes wiederum voll bedienen.

Der 50. Geburtstag der Messe München im Jahr 2014 war in jeder Hinsicht eine runde Sache. Mit großer Freude blicken wir auf die Leistungskraft des Unternehmens und schauen zuversichtlich in seine Zukunft. Deshalb haben wir unsere Zustimmung für den Neubau von zwei Hallen gegeben. Wir danken der Geschäftsführung und allen Mitarbeitern für ihr herausragendes Engagement.

DER AUFSICHTSRAT

STAATSMINISTERIN ILSE AIGNER
VORSITZENDE

OBERBÜRGERMEISTER DIETER REITER
1. STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

HEINRICH TRAUBLINGER
WEITERER
STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

STEFAN OSTERMEIER
WEITERER
STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

MESSE ALS MOTOR FÜR DIE WIRTSCHAFT



Liebe Leserinnen und Leser,

2014 feierte die Messe München ihren 50. Geburtstag, seit fünf Jahrzehnten stärkt sie den Wirtschaftsstandort München und Bayern. Sie ist für die heimische Wirtschaft das Tor zur Welt und holt gleichzeitig die Welt nach München. Vom Messegeschehen profitieren außerdem Gastronomie, Hotellerie, Taxigewerbe, Logistik- und Standbau-Unternehmen. Umgekehrt macht erst das Zusammenspiel aller dieser Partner den Messeplatz so erfolgreich. Die Messe als Wirtschaftsfaktor – das perfekte Räderwerk: Das ist der Leitgedanke dieses Geschäftsberichts.

Die Bilanz im Jubiläumsjahr 2014 bestärkt uns auf unserem Weg des Wachstums, der weiteren Internationalisierung und damit der Stärkung unseres Heimatstandorts. Wir schreiben zum fünften Mal in Folge schwarze Zahlen und benötigen trotz des nach wie vor hohen Kapitaldienstes für den Neubau des Messegeländes wieder keinen Zuschuss der Gesellschafter. Dazu kommen starke Perspektiven für die Zukunft.

2014 haben unsere Gesellschafter eine wegweisende Entscheidung gefällt: Sie haben dem Bau von zwei neuen Hallen und eines zusätzlichen kleinen Kongressbereichs zugestimmt. Die Messe München wird die Baukosten in Höhe von 105,8 Millionen Euro aus eigener Kraft finanzieren. Wir brauchen diese Hallen, um den Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden. Die Wartelisten bei bauma, IFAT, BAU und ISPO MUNICH sind lang. Baubeginn ist nach der IFAT im Sommer 2016, zwei Jahre später werden die Gebäude fertiggestellt sein.

Auch nach dem Rekordjahr 2013 mit einem Messeprogramm, wie es nur alle zwölf Jahre vorkommt, können wir auf eine gesunde Bilanz 2014 verweisen. Unsere Veranstaltungen haben sich über Plan verbessert und wir sind im Vergleich mit anderen deutschen Messeplätzen überdurchschnittlich gewachsen. Wir bleiben eine der profitabelsten Messegesellschaften in Deutschland. Der Umsatz des Messe München Konzerns, der die Tochtergesellschaften und das Auslandsgeschäft mit umfasst, beläuft sich auf 309,4 Millionen Euro (2013: 353,0 Mio. Euro). Der Umsatz der Messe München GmbH im Jahr 2014 liegt bei 223,7 Millionen Euro (2013: 309,5 Mio. Euro). Das EBITDA, also der Gewinn vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen, liegt bei 68,8 Millionen Euro (2013: 112,9 Mio. Euro). Damit können wir 30,4 Millionen Euro auf die Gesellschafterdarlehen für den Neubau der Messe München zahlen.

2014 haben wir 18 Eigenveranstaltungen im Ausland durchgeführt, die größte war im November die bauma China. Im März fand die erste food & drink technology Africa in Johannesburg statt, im April feierte in Istanbul mit der Seismic Safety eine Messe zur Erdbebensicherheit Premiere, im Juli der BAU Congress China – und mit der India Lab Expo haben wir eine führende Messe für Analytik, Labortechnik und Biotechnologie in Indien gekauft.

Die bisherige Entwicklung des Messegeschäfts im Jahr 2015 stimmt uns trotz internationaler Krisen zuversichtlich. Für alle Veranstaltungen gilt: Der Erfolg der Vergangenheit ist der Maßstab für unsere tägliche Arbeit. Er ist gleichzeitig Ansporn, in Zukunft noch besser zu werden.

Die Geschäftsführung der Messe München (v. l.): Falk Senger, Monika Dech, Klaus Dittrich, Gerhard Gerritzen, Dr. Reinhard Pfeiffer, Stefan Rummel

KLAUS DITTRICH
Vorsitzender
der Geschäftsführung

DR. REINHARD PFEIFFER
Stellvertretender Vorsitzender
der Geschäftsführung

STEFAN RUMMEL
Geschäftsführer

FALK SENGER
Geschäftsführer

GERHARD GERRITZEN
Stellvertretender
Geschäftsführer

MONIKA DECH
Stellvertretende
Geschäftsführerin

MEILENSTEINE 2014

JANUAR

ILSE AIGNER AN SPITZE DES AUFSICHTSRATS

Bayerns Wirtschaftsministerin und stellvertretende Ministerpräsidentin Ilse Aigner übernimmt den Vorsitz des Aufsichtsrats der Messe München für die Wahlperiode 2014 bis 2016 und folgt auf Münchens Oberbürgermeister Christian Ude.

AB FEBRUAR

AHMEDABAD, JOHANNESBURG, ISTANBUL, HYDERABAD

Das Auslandsgeschäft der Messe München wächst – allein vier neue Messen gibt es 2014. Auftakt macht im Februar die Indian Ceramics in Ahmedabad. Es folgen im März die food & drink technology Africa in Johannesburg, die Seismic Safety im April in Istanbul – und im November wurde die India Lab Expo in Hyderabad gekauft.

MÄRZ & NOVEMBER

BERLINER EMPFANG BRINGT MESSE UND POLITIK ZUSAMMEN

Zweimal lädt die Messe München 2014 das politische Berlin zum Netzwerken in die Deutsche Parlamentarische Gesellschaft direkt am Reichstag ein. Beim „Berliner Empfang“ im März diskutieren Messemacher und politische Akteure das Thema Umwelt im Kontext von IFAT und GreenTec Awards. Im November steht die „Intelligente Urbanisierung“ mit Blick auf die BAU 2015 im Vordergrund. Dieses Engagement wird fortgesetzt.

APRIL

50 JAHRE JUNG

Am 1. April 1964 wurde die Messe München gegründet. 2014, an ihrem 50. Geburtstag, beweist sie sich als kerngesundes mittelständisches Unternehmen mit starken Perspektiven. Die beeindruckende Historie wird zum Jubiläum in einer bilder- und faktenreichen Online-Chronik unter historie.messe-muenchen.de festgehalten. Gefeierte wird im Rahmen einer glanzvollen Gala.

MAI

SPEKTAKULÄR, SCHWINDELERREGEND, SPANNEND

Die größte Messe der Welt macht einmal mehr Schlagzeilen: „bauma – der Film“ kommt nach der Weltpremiere in Las Vegas online heraus und begeistert mit seinem actiongeladenen Porträt dieser Messe nicht nur die Branche. Er gewinnt den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2014 in der Kategorie B2B-Kampagne.

IFAT HOLT GREENTEC AWARDS NACH MÜNCHEN

Die GreenTec Awards, einer der bedeutendsten Umwelt- und Wirtschaftspreise in Europa, werden erstmals nicht in Berlin, sondern in München verliehen und sind Auftaktgala für die IFAT. Die weltweit wichtigste Umwelttechnologie-messe erweist sich als ideale Plattform, um herausragende, innovative Umweltprojekte zu prämiieren.



JUNI

ENDAUSBAU DES MESSEGELÄNDES

Jetzt ist es entschieden: Der Aufsichtsrat stimmt dem Endausbau des Messegeländes zu. Im Sommer 2016 kann mit dem Bau der Hallen C5 und C6 und eines zusätzlichen Konferenzbereichs begonnen werden. Damit verfügt die Messe München ab 2018 über 18 Hallen mit insgesamt 200.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche, plus rund 400.000 Quadratmeter Freigelände.



JULI

DIE BAU POSITIONIERT SICH IN CHINA

China ist der größte Bauproduktmarkt der Welt. Deshalb wird die BAU, Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, nun auch hier vorstellig. Beim BAU Congress China in Peking geht es ab sofort alljährlich um qualitativ hochwertiges Konstruieren, Planen und Bauen für den chinesischen Markt.



OKTOBER

SPITZEN-GASTRONOMEN FÜR DIE MESSE MÜNCHEN

Ab August 2015 bringen drei Münchner Spitzengastronomen frischen Wind in das kulinarische Angebot der Messe München: Michael Käfer, Alfons Schuhbeck und Josef Able. Das Konzept wurde zusammen mit dem Koch der deutschen Fußball-Nationalmannschaft Holger Stromberg entwickelt. Asiatisch, italienisch, amerikanisch oder regionale bayerische Küche – die künftigen Mahlzeiten sind so international wie die rund zwei Millionen Gäste der Messe München jedes Jahr.



NOVEMBER

HAPPY BIRTHDAY, ELECTRONICA!

Wenn das kein Erfolg ist: 1964 gegründet, ist die electronica seit Jahrzehnten unbestrittene Weltleitmesse für Komponenten, Systeme und Anwendungen in der Elektronik. Zum 50. Geburtstag glänzt die electronica mit einem herausragenden Ergebnis: 2.725 Aussteller aus 52 Ländern und rund 73.200 Besucher aus 90 Ländern reisen an.

Welcome to Planet e.



DANKE, EUGEN EGETENMEIR!

Nach knapp 30 Jahren Arbeit für die Messe München geht Eugen Egetenmeir in den Ruhestand. Im November gibt es für ihn in Shanghai einen großen Abschiedsempfang. Den Bau des neuen Messegeländes in Riem und des Shanghai New International Expo Centre hat er maßgeblich mitgestaltet. Ebenso den Auf- und Ausbau des Auslandsgeschäfts. Danke für viel Herzblut und Engagement!



DEZEMBER

NEUER MESSEPLATZ

Der Umzug der airtec, International Aerospace Supply Fair, von Frankfurt nach München ist beschlossene Sache. Im November 2015 findet die Fachmesse für Zulieferer der Luft- und Raumfahrt erstmals in Bayern statt. Gründe für den Standortwechsel: die Flexibilität des Münchner Messegeländes und die Verankerung in einer Region, die im Bereich der Luft- und Raumfahrt zu den stärksten in Europa gehört.



WIRTSCHAFTS- FAKTOR MESSE

1.





DIE MESSE SCHIEBT DIE WIRTSCHAFT AN

Mit rund zwei Millionen Besuchern und etwa 33.000 Ausstellern im Jahr ist die Messe ein wichtiger Umsatzfaktor für München und die ganze Region.

Wie eine große belebte Insel liegt das Messegelände am Rande der Münchner Innenstadt. Von außen ahnt man die enorme Energie, die hinter dem weitläufigen Areal steckt. Wenn dann Messen und Kongresse sind, wird das richtig greifbar. Dann vernehmen die Münchner in der volleren U-Bahn eine babylonische Sprachenvielfalt, sie erleben die gespannte, heitere Erwartung von Ausstellern und Besuchern aus aller Welt – und in der Stadt geht es noch lebendiger zu. Doch diese Messe-Insel ist kein Selbstzweck: Sie ist für München und für die ganze Region ein handfester Wirtschaftsfaktor. Denn jeder Euro Umsatz für die Messe löst zusätzlich zehn Euro bei Dritten aus: in den Läden, in den Restaurants, in Hotels, bei Taxifahrern oder bei vielen Handwerksbetrieben.

Das Schlüsselwort dafür heißt Umwegrentabilität: In einem normalen Messejahr sind das rund 2,63 Milliarden Euro, die aufgrund der Messe verdient werden. Und zur bauma, der größten Messe der Welt, sind es alle drei Jahre sogar bis zu 3,6 Milliarden Euro.

Weltweites Netzwerk

Die Bedeutung der Messe München als ein wichtiger Wirtschaftsfaktor geht weit über München hinaus. Durch ihre wachsende Internationalisierung ist sie ein gesuchter Partner geworden. „Die Aussteller fragen uns, ob wir sie nicht ins Ausland begleiten können“, berichtet Klaus Dittrich, der Vorsitzende der Geschäftsführung. Da profitieren sie vom Netzwerk der Messe mit ihren Tochterfirmen in den Wachstumsmärkten Indien, China oder Südafrika und von den mehr als 60 Auslandsvertretungen „ihrer“ Messe rund um die Welt.

So ist die Messe ein starker Magnet: Es gibt auch Firmen, die sich wegen der Messe in der Region niederlassen. „Viele sind nach München gekommen, weil sie hier im Zusammenhang mit einer Messebeteiligung gute Erfahrungen gemacht haben“, weiß Klaus Dittrich aus zahlreichen Gesprächen.

Mehr als zwei Millionen Besucher im Jahr

Die Anziehungskraft des Messeplatzes ist enorm: Rund zwei Millionen Besucher kommen jedes Jahr wegen der Messen und Kongresse nach München. Da bringen große Veranstaltungen – wie ein Kardiologenkongress mit rund 30.000 Teilnehmern – bis zu 50 Millionen Euro Umsatz.

„Die Messe ist einer der wichtigsten Motoren für den Wirtschaftsraum München“, sagt deshalb auch Wolfgang Fischer, Geschäftsführer der CityPartner. „Die Tourismuswirtschaft, der Handel und die Gastronomie profitieren von der enormen Zugkraft der Messe und der Kongresse im ICM.“ Die Messe München befördert auch die Hotellerie: „Fast jede fünfte Übernachtung bucht ein Messegast“, erläutert Conrad Mayer, Kreisvorsitzender des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands. Das waren 2014 rund 2,6 Millionen Übernachtungen in den 530 Hotels im Raum München. Mayer: „Ohne die Messe hätte die Hotellerie in der Stadt eine ganz andere Struktur. Sie bestimmt maßgeblich, wann bei uns Hochsaison ist.“

Auch die Gastronomen sind sehr zufrieden. „Wenn’s nach uns Innenstadt-Wirten ginge, dürfte in München jeden Tag Messe sein“, meint Lorenz Stiffl. Der Wirt vom „Spöckmeier“ ist der Sprecher der Innenstadt-Wirte. „Nach Messeschluss gibt es ab 19 Uhr einen richtigen Run auf unsere Gaststätten. Messegäste und Aussteller sind allerbeste Kunden.“



Ob Einzelhandel oder Gastronomie: Die Messegäste bevölkern die Stadt und geben hier sehr viel Geld aus.

Ulrich Hirmer (großes Foto) richtet sein Haus zur bauma ganz speziell ein.

Zur bauma boomen die Übergrößen

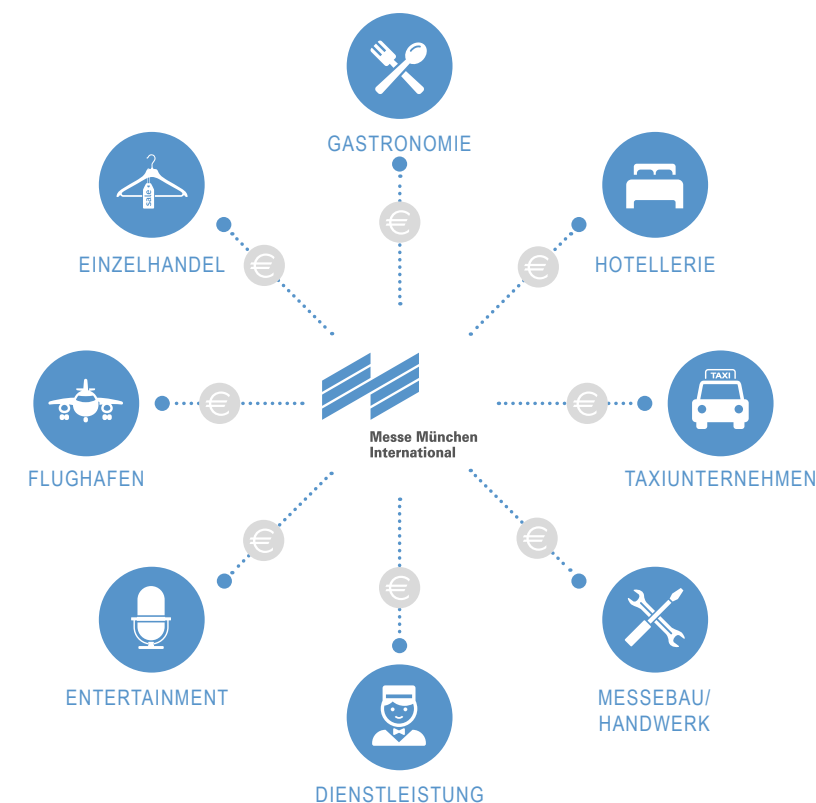
Hier berichtet Ulrich Hirmer, was er in Messezeiten in seinem Herrenausstatter-Haus erlebt:

„Jede Messe ist für uns ein absoluter Kunden- und Umsatzbringer. Unsere persönliche Lieblingsmesse ist die bauma, weil bei ihr an jedem Tag eine deutliche Frequenzsteigerung spürbar ist. Da kommen viele Aussteller aus Russland, Aserbaidschan, aus der Ukraine, Litauen, Lettland zu uns. Das sind gestandene Leute, echte Mannsbilder sind das. Sie besuchen am liebsten unseren Spezialbereich im vierten Stock, denn da stellen wir auf 1.400 Quadratmetern die großen Größen 58 bis 74 aus. Alles, vom Anzug bis zur Unterwäsche, in hochwertigen und angesagten Marken.“

In ihrer Heimat ist ein Markenanzug zwei bis drei Mal teurer. Wenn ein italienischer Anzug hier 1.000 Euro kostet, ist er in Russland unter 2.000 Euro nicht zu kriegen.

Dass ein bauma-Aussteller bei uns seinen gesamten Saisonbedarf deckt und fünf bis acht Anzüge auf einmal kauft, dazu Schuhe, Hemden, Krawatten und einen Mantel, ist deshalb keine Seltenheit. Und jeder, der kommt, kauft. Die schnellsten Einkäufer sind Russen. Sie probieren oft nur die Sakkos an, die Anzughosen ziehen sie gar nicht erst an, weil sie zu Hause einen Schneider haben, der anpasst. Viele russische Gäste sind in fünf bis zehn Minuten fertig. Deutsche kaufen viel überlegter und brauchen daher entsprechend länger, um sich für einen Anzug zu entscheiden.

Damit wir auch mit jedem Gast kommunizieren können, spricht unser Fachpersonal 23 Sprachen. Wir haben Verkäufer, die Russisch sprechen, Arabisch, Türkisch, Dänisch, Griechisch, Ungarisch bis hin zu Persisch und Hindi. An Messetagen stocken wir unser Personal zwischen 17 und 20 Uhr von 170 auf 200 Menschen auf.“



Arbeitsplätze



Kaufkrafteffekte



Steuereinnahmen



Was die Messe auch außerhalb ihres Betriebs bundesweit alles auslöst: Sie schafft Arbeitsplätze, die Gäste geben viel Geld aus – und Stadt, Land und Bund nehmen Steuern ein. Tendenz: steigend.

Viele Branchen profitieren

Bei den Taxifahrern boomt zu Messe- und Kongresszeiten das Geschäft. Taxi-München arbeitet an der Verkehrsplanung mit. „So sind immer genug Autos zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ausgang“, sagt Taxikoordinator Thomas Kroker.

Seine Fakten: An großen Messtagen machen die Taxifahrer im Schnitt 35 Prozent mehr Umsatz. An normalen Tagen sind rund 1.500 Wagen unterwegs. Bei Messen und Kongressen bis zu 2.500. Kroker rechnet am Beispiel der bauma aus: „Wenn an einem Tag 50.000 Messegäste da sind, braucht's in der Kernzeit (eine Stunde vor Messeabschluss bis zwei Stunden nach Ende) rund 1.000 Taxiabfahrten vor den Ausgängen.“ Dann stehen ab 17 Uhr 300 Autos in der Schlange. Das bedeutet: sechs Abfahrten pro Minute (360 pro Stunde). „Manche Messegäste fahren – wenn sie drei Tage da sind – bis zu 15 Mal Taxi. Das geht teilweise weit in die Region.“

Und zum Shoppen. „Bei großen Messen sind an jedem Messtagen 20 Prozent mehr Menschen in den Geschäften in der City unterwegs“, berichtet Bernd Ohlmann vom Einzelhandelsverband: „Die Geschäfte profitieren hier absolut.“

Der Verdienst wird nicht allein in der Stadt München gemacht: Viele Messegäste logieren beispielsweise in Hotels und Pensionen bis Nürnberg oder Salzburg. Das spiegelt sich auch in der Untersuchung zur Umwegrentabilität wider, die die Messe im Jahr 2014 veröffentlicht hat.



Die Zahlen steigen seit 2001, als dieses Thema erstmals untersucht wurde, kontinuierlich an. Die Ausgaben der Messekunden stiegen von 1,82 Milliarden Euro im Jahr 2001 auf 2,63 Milliarden im Jahr 2013. Davon wurden 1,38 Milliarden Euro in München ausgegeben, 670 Millionen in Bayern und 580 Millionen im restlichen Bundesgebiet. Das Steueraufkommen stieg von 310 Millionen Euro 2001 auf 490 Millionen im Jahr 2013. Davon bekamen die Stadt München 24 Millionen Euro, der Freistaat Bayern 161 Millionen und der Bund 305 Millionen Euro.

Die steigende Kaufkraft hängt direkt mit dem wachsenden Anteil ausländischer Besucher zusammen. Kamen im Jahr 2001 39 Prozent der Aussteller und 17 Prozent der Besucher aus dem Ausland, waren es 2013 schon 49 Prozent der Aussteller und 33 Prozent der Besucher.

Das ist eine Folge der permanent wachsenden Internationalität der Messe. „Wir haben unsere Leitmessen in die wichtigsten Wachstumsregionen exportiert. Mit dem Effekt, dass Besucher und Aussteller aus dem Ausland in München zunehmen“, erläutert Klaus Dittrich: „Die Internationalisierung unserer Aktivitäten ist eine unverzichtbare Maßnahme, um die Position unserer Leitmessen in München zu erhalten.“ Um diesen Trend zu befördern, will die Messe München den Auslandsanteil am Umsatz von 15 auf 22 Prozent im Jahr 2016 steigern. Klaus Dittrich: „Wir verstehen uns da auch als Botschafter Bayerns in der Welt.“

Das ist alles nicht selbstverständlich. Deshalb wird viel Energie darauf verwendet, die Position und die Wirtschaftskraft der Messe München zu erhalten und zu stärken. „Messen sind auch Seismografen der wirtschaftlichen und politischen Entwicklung in der Welt und der strukturellen Veränderungen in einzelnen Branchen“, so Klaus Dittrich: „Deshalb gilt es für uns alle, hellwach zu sein für die Entwicklung in den einzelnen Branchen und gut vorbereitet, wenn die Konjunktur einmal nicht so gut läuft.“

Die Vorlieben der Messegäste

Wie wohnen die Messe- und Kongressgäste am liebsten? Was machen sie im Hotel am Abend? Innegrit Volkhardt, die Chefin des Fünf-Sterne-Hotels Bayerischer Hof, erzählt: Wenn Messeriesen stattfinden, sind vier von fünf Gästen Messebesucher. 2014 haben fast 130.000 Gäste aus aller Welt in ihrem Hotel übernachtet.



Frau Volkhardt, haben Sie eine Lieblingsmesse?

Ich freue mich immer, wenn die EXPO REAL kommt, die BAU, die bauma, aber auch die electronica oder die INHORGENTA MUNICH. Diese Messen bringen besonders lebendige Menschen zu uns. Ich sehe sie oft noch lange abends an der Bar sitzen. Da wird viel kontaktet und gelacht. Zumal einige dieser Gäste mit ihren Firmen in Gruppen auch aus dem Ausland anreisen.

Können Sie Messegäste von Touristen unterscheiden?

Primär sind es Alleinreisende, häufig Männer, denen man ansieht, dass sie hotelerfahrene Vielreisende sind. Geschäftsleute im Anzug, die konkrete Ansprüche haben. Sie fragen sofort nach einem WLAN-Zugang, nach Adaptern und internationalen TV-Sendern. Für sie ist es wichtig, dass das Zimmer komfortabel und geräumig ist und der Spa- und Fitnessbereich abends bis 23 Uhr auf hat. Und die Bar sowieso – bis gegen 2 Uhr. Für den Komfort sind sie auch bereit, höhere Preise zu bezahlen.

Weil sie nach langen Messtagen nicht mehr ausgehen wollen?

Wer allein reist und in der Stadt keine Freunde besucht, will abends noch unkompliziert an

seinem Laptop arbeiten. Oder sich noch etwas Gutes tun: in die Sauna gehen, sporteln, gut essen. Und an der Bar noch seinen Lieblingsdrink nehmen.

Was mixen Ihre Barleute für die internationalen Gäste?

Die Gäste aus den USA lieben Ketel One, das ist ein Wodka aus den Niederlanden. Die Briten trinken Gin Tonic oder Martini-Cocktails auf Gin-Basis und natürlich Bier. Die Italiener Weiß- und Rotwein, die Schweizer Champagner und Martini-Cocktails. Und die Australier sind überglücklich mit deutschen Produkten: Bier, deutsche Obstbrände, deutsche Gins und deutsche Wodkas.

Sehen Sie Messegäste auch mal wieder – als normale München-Besucher?

Das kommt durchaus vor. Dann kommen Geschäftsleute privat mit ihren Familien wieder. Hätte die Messe sie nicht angelockt, würden sie auf diese Idee vielleicht gar nicht kommen. Viele internationale Messebesucher werden daheim von München erzählen – und auch von unserem Haus. Sie tragen unseren Namen in die Welt. Schöner Werbung gibt es doch gar nicht.

AUF DER REISE ZUR MESSE

Was die Besucher und Aussteller unternehmen, wenn sie nach München kommen.

Sie reisen mit dem Flugzeug an, fahren mit der U-Bahn zur Messe und lassen sich mit dem Taxi zu Terminen in die Stadt chauffieren. Die Gäste von Messen und Kongressen geben viel Geld in der Stadt und in der Region aus. Davon profitieren alle: Händler, Hoteliers, Bedienungen, Bewachungs- und Reinigungsfirmen sowie Standbauer und kleine Handwerksbetriebe. Die Messen und Kongresse sind ein wichtiger und unverzichtbarer Wirtschaftsfaktor für München und die Region geworden. Wir gehen mit den Besuchern auf die Reise und erfahren, welche Bedeutung sie für die regionale Wirtschaft haben.



Der Flughafen München ist die Drehscheibe für die wachsende Zahl ausländischer Besucher und Aussteller aus aller Welt. Daher schätzt **Michael Kerkloh, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen München GmbH**, die Bedeutung der Messe: „Die Messe München ist ein bedeutender Marktplatz und gleichzeitig eine weltweit geschätzte Informations- und Kontaktbörse. Gerade die großen internationalen Fachmessen, die Aussteller und Gäste aus allen Teilen der Erde nach München bringen, lassen das Passagieraufkommen am Münchner Airport regelmäßig ansteigen. Aber auch die Messe profitiert von dem leistungsfähigen Luftverkehrskreuz: Es ermöglicht Besuchern aus aller Welt, schnell und direkt zum Messeplatz zu kommen. Der Flughafen, Bayerns Tor zur Welt, und die Messe München sichern im Zusammenspiel die Standortqualität der Stadt und den Wohlstand in Bayern.“



Die Riem-Arcaden sind ein schneller Anlaufpunkt für viele Messegäste. So berichtet **Ivica Pavusek, Centermanager der Riem-Arcaden**: „Wir spüren jede Messe, vor allem im Food-Bereich. Wenn Messen sind, kann man bei den zwölf Gastro-Anbietern in den Arcaden von Sushi bis zu den Pommesfreunden und in den drei Restaurants mittags kaum noch einen Platz finden. Dann sitzen da viele Männer im Anzug, man hört Sprachen aus aller Herren Länder. Auch die Läden sind definitiv voller. Die Messe ist absolut wichtig für uns.“

Werner Forster erzählt. Er ist seit 40 Jahren Münchner Taxifahrer:

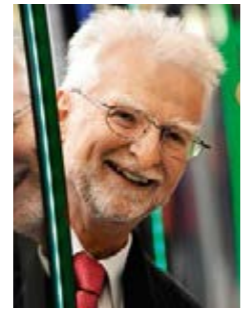


„Wenn internationale Messen in München sind, machen wir Taxler bestimmt keinen Urlaub, denn die sind die schönsten Umsatzbringer. Die EXPO REAL beispielsweise ist für uns die direkte Verlängerung des Oktoberfests. An den drei Messtagen machen wir leicht ein Drittel mehr Umsatz als an Normaltagen.“

Die Vertriebsleute und Immobilienmakler, die nach München kommen, sind während der Messtage viel unterwegs und möchten schnell von A nach B. Und sie drehen den Euro nicht zweimal um. Wir fahren sie vom Flughafen zum Hotel, dann zur Messe. Dann zum Abendessen ins Restaurant, von dort in eine Bar, danach vielleicht noch in eine zweite und zurück zum Hotel. Ein EXPO REAL-Gast gibt so in den drei Tagen schnell mal 500 Euro nur für seine Taxifahrten aus.

An großen Messtagen sind in München 2.500 Taxis gleichzeitig unterwegs, also 1.000 mehr als sonst. Gegen acht Uhr in der Früh starten in der Regel die Fahrten vor den Hotels – und vor der Messe staut sich's über fünf Kilometer. Wer sich tagsüber nicht in die langen Taxischlangen am Messeingang einreicht, sondern normale Standplätze in der Stadt anfährt, steht dort höchstens 15 Minuten statt eineinhalb Stunden, bis der nächste Fahrgast einsteigt – weil da kaum noch Taxis stehen.

Ab 17 Uhr geht's vor den Eingängen richtig rund. Da kann man als 300. Taxi in der Schlange stehen und ist trotzdem nach 30 Minuten mit einem Fahrgast wieder unterwegs.“



Wenn Messen sind, dann fährt die U-Bahn im Akkord. **Herbert König, Chef der Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG)**, listet auf: „Allein die Rekordmesse bauma hat uns 2013 an die 500.000 zusätzliche Fahrgäste gebracht. Das funktioniert nur mit einem Rekoreinsatz der U-Bahn, ähnlich wie auch zu Wiesenzeiten: Alle 3,5 Minuten fahren U-Bahnen während der bauma von und zur Messe, das sind 16.000 Plätze pro Stunde und 50 Prozent mehr als an durchschnittlichen Großmesstagen. Dazu brauchen wir 65 zusätzliche Mitarbeiter auf den Bahnsteigen entlang der U2. Während der bauma 2013 legte die U-Bahn zwischen Innenstadt und Messe 11.000 Kilometer zusätzlich zurück. Dafür ist eine intensive Vorbereitung nötig – auch mit vorgezogenen Wartungsarbeiten beim Wagenpark. Schließlich gehen wir für die bauma an unsere Leistungsgrenzen.“



„Wenn's nach uns Innenstadt-Wirten ginge, dürfte in München jeden Tag Messe sein“, sagt **Lorenz Stiffl, Sprecher der Innenstadt-Wirte und Wirt im „Spöckmeier“**: „Egal ob ‚Hofbräuhaus‘, ‚Augustiner‘, ‚Ratskeller‘, ‚Brenner‘ oder ‚Spöckmeier‘ – an großen Messtagen findet man abends kaum noch irgendwo einen Platz zum Essen. Da sorgen die Messegäste und Aussteller dafür, dass unsere Gaststätten zu 95 Prozent – statt nur zu 75 Prozent – ausgelastet sind. Dazu kommt: Sie konsumieren auch mehr als normale Touristen. Nach dem Schweinsbraten gibt's noch einen Nachtisch, ein zweites oder drittes Bier, einen Kaffee. Oft reservieren sie vorab für große Gruppen und bringen dann auch noch Kunden mit.“



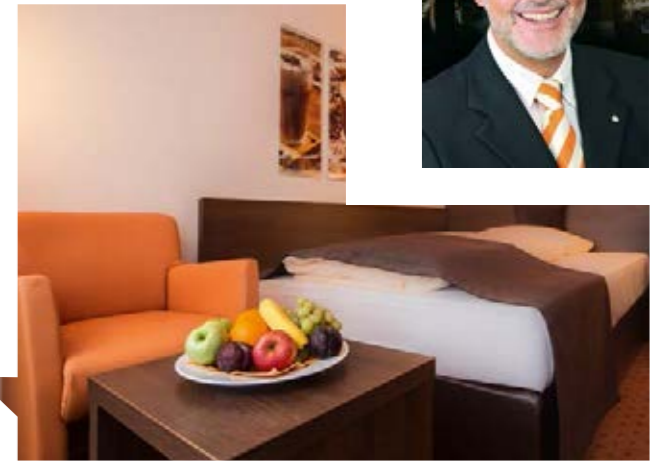
Es sind die weichen Standortfaktoren, die München so besonders und attraktiv machen. Allen voran die zahlreichen kulturellen Einrichtungen in der Stadt: die vielen Theater – die wie die Oper, das Residenztheater oder die Kammerspiele internationalen Ruf genießen; die breit gefächerte Musikszene von den Sinfonie-Konzerten im Herkulesaal bis zu den zahlreichen Jazzlokalen; die große Kinovielfalt; und auch die Museen, die Kunstschätze von den Alten Meistern bis zur Moderne zeigen. Es gibt viele Möglichkeiten, den Tag nach einem Kongress oder einer Messe ausklingen zu lassen.

Große Messen merken die Kaufleute in der Innenstadt sofort. Dann sind bis zu 20 Prozent mehr Kunden unterwegs. **Wolfgang Fischer, Geschäftsführer der CityPartner München**, erläutert: „Die Messe München ist einer der wichtigsten Motoren für den Wirtschaftsraum München. Dies zeigt sich auch in vielfältigen positiven Effekten in der Münchner Innenstadt. Die Tourismuswirtschaft, Handel und Gastronomie in der Innenstadt profitieren von der enormen Zugkraft der Messe München und den Kongressen im ICM. Hier zeigen sich die vielfältigen Synergieeffekte zwischen der herausragenden Messe und unserer attraktiven Innenstadt, die sowohl nationale als auch internationale Besucher und Aussteller ihren Messeauftritt mit einem Besuch der City verbinden lässt. Gerade bei den Highlight-Messen steigt der Besucheranteil insbesondere internationaler Gäste in der Innenstadt deutlich an. Dies bedeutet auch einen nicht unerheblichen Kaufkraftzufluss für den Handel der Innenstadt. Vor allem der Bekleidungsbereich bis hin zu Taschen, Accessoires und Schuhen, aber auch Sortimente wie zum Beispiel Uhren und Schmuck stehen hierbei im Fokus unsere Besucher.“



Die Hostessen sind die Ersten, die die Gäste auf der Messe begrüßen. Wie **Julia Weilhart (Studentin)**. Die Münchnerin studiert Jura in Passau und arbeitet während den Semesterferien als Hostess, um sich ihr Studium zu finanzieren: „Schon zu Schulzeiten habe ich als Hostess angefangen und es macht mir immer noch sehr viel Spaß. Ich habe mit den Besuchern, den Ausstellern und anderen Hosts zu tun. Manche Aussteller oder Hosts kenne ich inzwischen schon und es macht immer wieder Freude, viele bekannte Gesichter zu treffen. Zu jeder Messe bekomme ich andere Aufgaben – so wird es nie langweilig.“

Für die Hotels und Pensionen sind Messen Hoch-Zeiten. **Conrad Mayer, Kreisvorsitzender des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands**, erklärt: „13 Millionen Übernachtungen haben die 530 Hotels im Raum München 2014 gezählt, fast jede fünfte bucht ein Messegast: Die bauma führt eine halbe Million Gäste aus 200 Ländern in die Stadt. Während der BAU sucht ein Großteil der rund 250.000 Besucher Hotelzimmer. Die drinktec füllt die Hotelbetten, kurz bevor das Oktoberfest Zigttausende Touristen bringt. Auch die EXPO REAL im Oktober oder die electronica im November bringen uns Hochsaisonzeiten. Hotelzimmerpreise sind heute wie der Börsenpreis, sie wechseln stündlich. Und an Messtagen? Verdoppelt sich der Orientierungspreis von 108 Euro pro Doppelzimmer. Ein Grund mehr für uns Münchner Hoteliers, die Messe zu lieben.“



DAS PERFEKTE RÄDERWERK

Ein eingespieltes Team von rund 150 Servicepartnern hilft, Messen und Kongresse aufzubauen. Da greift alles passgenau ineinander.

Jede Messe ist ein neues Abenteuer. Monatlang wird der Auftritt generalstabsmäßig vorbereitet. Da werden in den Firmen die Konzepte entwickelt und die Container mit den Schaustücken befüllt, während gleichzeitig auf der Messe ein eingespieltes Team aus rund 150 Servicepartnern für sie alle Vorbereitungen trifft. Ob Schreiner, Elektriker, Standbauer oder Drucker, ob Teppichleger, Gärtner, Spediteure oder Caterer – sie alle helfen den Ausstellern, dass aus leeren Hallen prächtige Messen werden. Und es ist immer wieder eine hohe Kunst, dass alle bei diesem Abenteuer auf den Punkt zur Messeeröffnung fertig werden. Egal, von welchem Ende der Welt sie auch nach München kommen. Möglich macht das ein perfektes Räderwerk.

Ob Messe oder Kongress – da muss alles wie am Schnürchen laufen. Die Aussteller und Kongressveranstalter können gar nicht das Personal mitbringen, das sie für ihren Auftritt in München brauchen. Dabei helfen ihnen vor Ort zahlreiche Servicepartner: große internationale Firmen und kleine Unternehmen mit einer Handvoll Mitarbeitern. Sie alle haben sich auf diese Arbeit spezialisiert.

Die Kunst liegt in der Koordination

„Wir verstehen uns als großes Ganzes, jeder arbeitet sehr eng mit dem anderen zusammen“, beschreibt Annette Slotty das ausgefeilte System. Die Leiterin des Zentralbereichs Messeservice weiß: „Die Kunst liegt darin, alles so zu koordinieren, dass sich die Servicepartner nicht gegenseitig behindern. Nur so kann eine Messe erfolgreich werden.“ Die Messe München setzt dabei auf gewachsenes Know-how und auf langjährige Partner. Das sind die vielen Dienstleister, die für den Auf- und Abbau einer Messe und für die Organisation eines Kongresses gebraucht werden.

Das sind beispielsweise drei Elektrofirmen, die die Stromanschlüsse bis zu den Ständen legen. Da ist eine Rigging-Firma, die die Beleuchtungsbrücken oben in den Hallen und Sälen montiert. Da kommen Spezialisten für Licht- und Tontechnik. Da sind Möbelverleiher, die Vitrinen, Tresen, Stühle und Tische vermieten. Da liefern Gärtner Pflanzen und Gestecke für die Deko, Lieferanten bringen Getränke und Caterer besorgen das Essen und kleine Knabbereien. Eine Vielzahl von Handwerksfirmen baut die Stände auf, sorgt für die Lüftung, verlegt Teppiche oder zieht Zäune um das Freigelände. Spezialisten liefern die Tresore für die Schmuckmesse oder Arbeitsbühnen für aufwendige Stände. Die Lufthansa bietet einen Koffer-Service an und dann gibt es die Job- und Zimmervermittler. Reinigen, Müll sammeln und abtransportieren, dafür sind die Firmen Hermann & Schmidt, Dias und Remondis an Bord. Sie arbeiten mit einem lasergestützten Hallenaufriß, um die Reinigung perfekt zu koordinieren. Alles geht Hand in Hand.

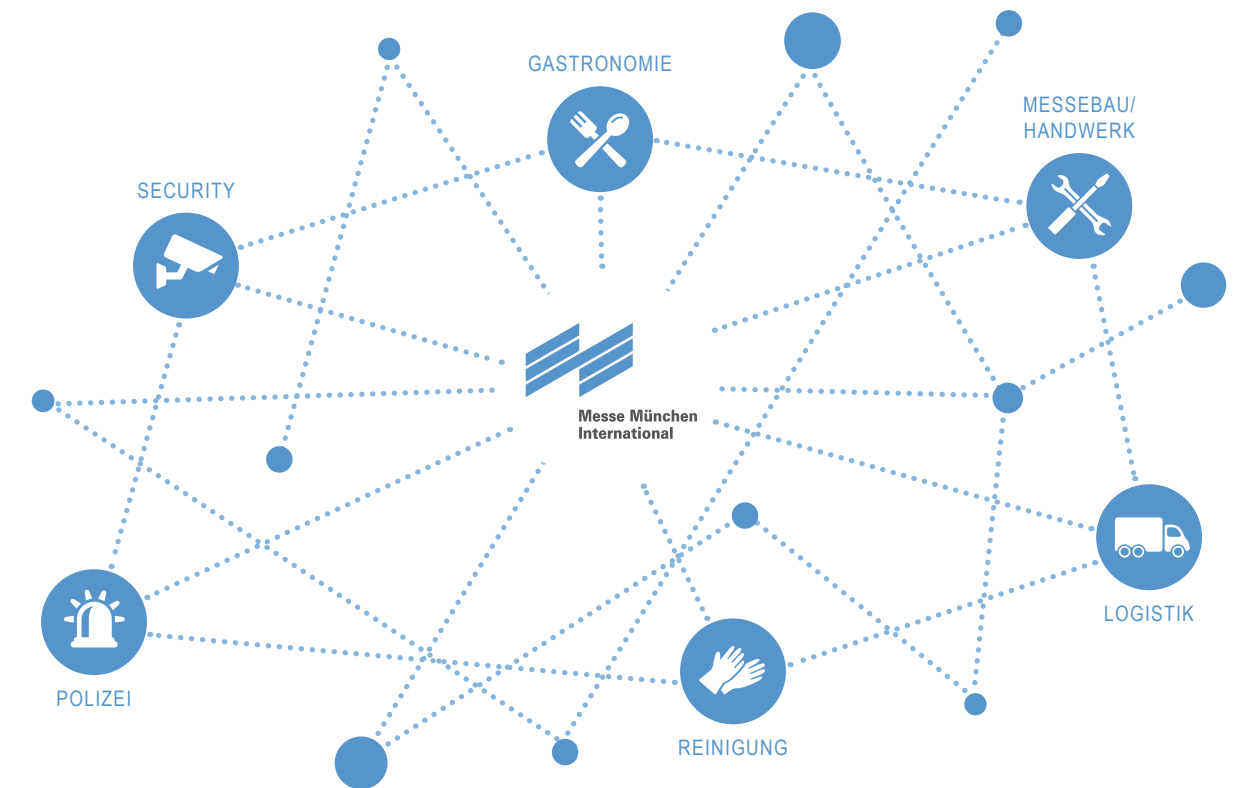
„Wir können uns nahezu blind aufeinander verlassen“, sagt Frank Pastior, Leiter der Abteilung Verkehr und Sicherheit. Vor jeder Messe stimmt sich sein Team mit den Servicepartnern ab: Da geht es mit der Polizei, den Taxifahrern und dem MVV um Verkehrsthemen, da werden mit anderen die Beschilderung oder der Kehrdienst besprochen. „Jeder Partner ist nur so gut, wie er intern eingebunden ist“, resümiert Pastior.

Die Polizei sorgt für den fließenden Verkehr. So werden hochrangige Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft „mit möglichst wenig Außenwirkung“ zu Messen und Kongressen gebracht, wie Hans-Jürgen Notka, Leitender Polizeidirektor für den Osten Münchens, erklärt. Innerhalb der Messe sorgt der Veranstaltungsdienst VD Mayr mit bis zu 200 Mitarbeitern für die Sicherheit: Er organisiert Garde-roben, Kassen, die Bewachung und kontrolliert die Zufahrt für Lkw im Auf- und Abbau, berichtet Paul Weiß, Geschäftsführer des VD Mayr.

Guten Appetit mit neuer Gastronomie

Sehr wichtig ist natürlich das Essen. „Wenn es schmeckt, Preis und Service stimmen, geht man gerne auf eine Messe“, sagt Patrick Costa, Leiter der Hauptabteilung Messeservice. „Die Herausforderung für die Gastronomen liegt darin, in der Mittagszeit auf den Punkt da zu sein, um Tausende hungrige und durstige Gäste optimal zu versorgen.“ Bis zu 18 Imbisse, drei Cafés, zwei Biergärten und elf Restaurants stehen hierfür auf dem Messegelände samt ICM zur Verfügung. Nach über 16 Jahren hat die Messe München ein neues Gastronomiekonzept entwickelt – gemeinsam mit Holger Stromberg, dem Koch der deutschen Fußball-Nationalmannschaft. Die Gastronomen Michael Käfer, Alfons Schuhbeck und Josef Able werden es ab dem 1. August 2015 umsetzen.

Sie alle gehören zum perfekten Räderwerk für das immer neue Abenteuer Messe.



Die Gastronomen (v.l.) Michael Käfer, Alfons Schuhbeck und Josef Able setzen ab August 2015 ein neues Gastronomiekonzept um, das gemeinsam mit Holger Stromberg entwickelt wurde.



STANDORTVORTEIL MÜNCHEN: DER MESSEMAGNET

Für mehr als 30.000 Unternehmen im Jahr ist es wichtig, zu Messen und Kongressen nach München zu kommen. Dieses Potenzial nutzen auch viele Firmen, die sich genau deshalb in München ansiedeln.

Wie ein starker Magnet bindet die Messe Unternehmen an München. Mit Brainlab zieht im Frühjahr 2017 ein internationales Schwergewicht ganz bewusst direkt neben die Messe: auf das Filetgrundstück der Messestadt – das Gelände rund um den alten Flughafentower. Das liegt direkt am Haupteingang der Messe. Dort wird für den weltweit aktiven Entwickler und Hersteller von softwaregestützter Medizintechnologie der neue Firmensitz für die 650 Mitarbeiter gebaut. Das wird ein architektonisch außergewöhnliches Gebäude, dessen Fassade von den Architekten der kadawittfeldarchitektur entworfen wurde (Bauherr: Wöhr + Bauer).

„So profitiert Brainlab von der Erfolgsgeschichte der Messe München, die für die Entwicklung auf dem Gelände des alten

Münchener Flughafens impulsgebend ist“, begründet Brainlab den Umzug von Feldkirchen nach München. Regelmäßig begrüßt der Vorstandsvorsitzende des weltweit führenden Unternehmens aus der Medizintechnologiebranche Besuchergruppen aus Krankenhäusern. Da kommen Chefarzte und Klinikdirektoren aus der ganzen Welt.

Und so passt die Nähe zu den großen Medizinkongressen im wenige Schritte entfernten ICM – Internationales Congress Center München und zu den Messen, die wie eine ISPO MUNICH oder eine BAU auch den Gesundheitsaspekt betonen.

Für den unter Denkmalschutz stehenden Tower hat Stefan Vilsmeier, CEO und Gründer von Brainlab, besondere Pläne:

Das Unternehmen Brainlab zieht 2017 in seine neue Firmenzentrale direkt am alten Flughafentower neben dem Haupteingang der Messe München. Die eindrucksvolle Fassade hat kadawittfeldarchitektur entworfen.

Er soll für die hochwertige Präsentation der Brainlab-Lösungen dienen und einen Lounge-Bereich für Mitarbeiter und Kunden bekommen.

Von München in die ganze Welt

Nur wegen der Messe München und der ISPO siedelt sich das koreanische Unternehmen Black Yak in München an. Die koreanische Outdoorbekleidungsbranche hat im Jahr 2014 mit Maximilian Nortz einen Global Marketing Director berufen. Er soll sich um den europäischen und nordamerikanischen Markt kümmern.

Sein Hauptquartier hat er ganz bewusst nach München verlegt. „Um als neue Marke auf dem europäischen Markt

erfolgreich zu sein, führt kein Weg an der ISPO MUNICH vorbei“, sagt Maximilian Nortz: „Da profitieren wir vom internationalen Netzwerk der ISPO MUNICH.“ Hier treffe das Unternehmen die wichtigen Besucher. „Außerdem kann man sich mit dem Wirtschaftsstandort München schmücken, weil hier viele große und international namhafte Firmen angesiedelt sind“, erklärt Nortz. Das habe man kaum an einem anderen Standort.

Strategisch bedeutsam für junge Unternehmen

Auch für die in München sehr ausgeprägte Start-up-Szene ist die Messe sehr hilfreich. Die Jungunternehmer können hier die „Großen“ vieler Branchen auf einem Fleck unkompliziert auf den Veranstaltungen erreichen.

„Die Messe ist für uns ein strategisch wichtiger Faktor“, erläutert Prof. Klaus Sailer, Geschäftsführer des Strascheg Center for Entrepreneurship (SCE). Das Institut der Hochschule München unterstützt Unternehmensgründungen und begleitet junge Unternehmen. Die Messe sei auch deshalb bedeutsam für die Region, um die Entwicklung von Start-ups voranzutreiben, um die jungen Unternehmen in der Branche bekannt zu machen, damit sie ein Netzwerk aufbauen und neue Geschäftsmodelle etablieren können.

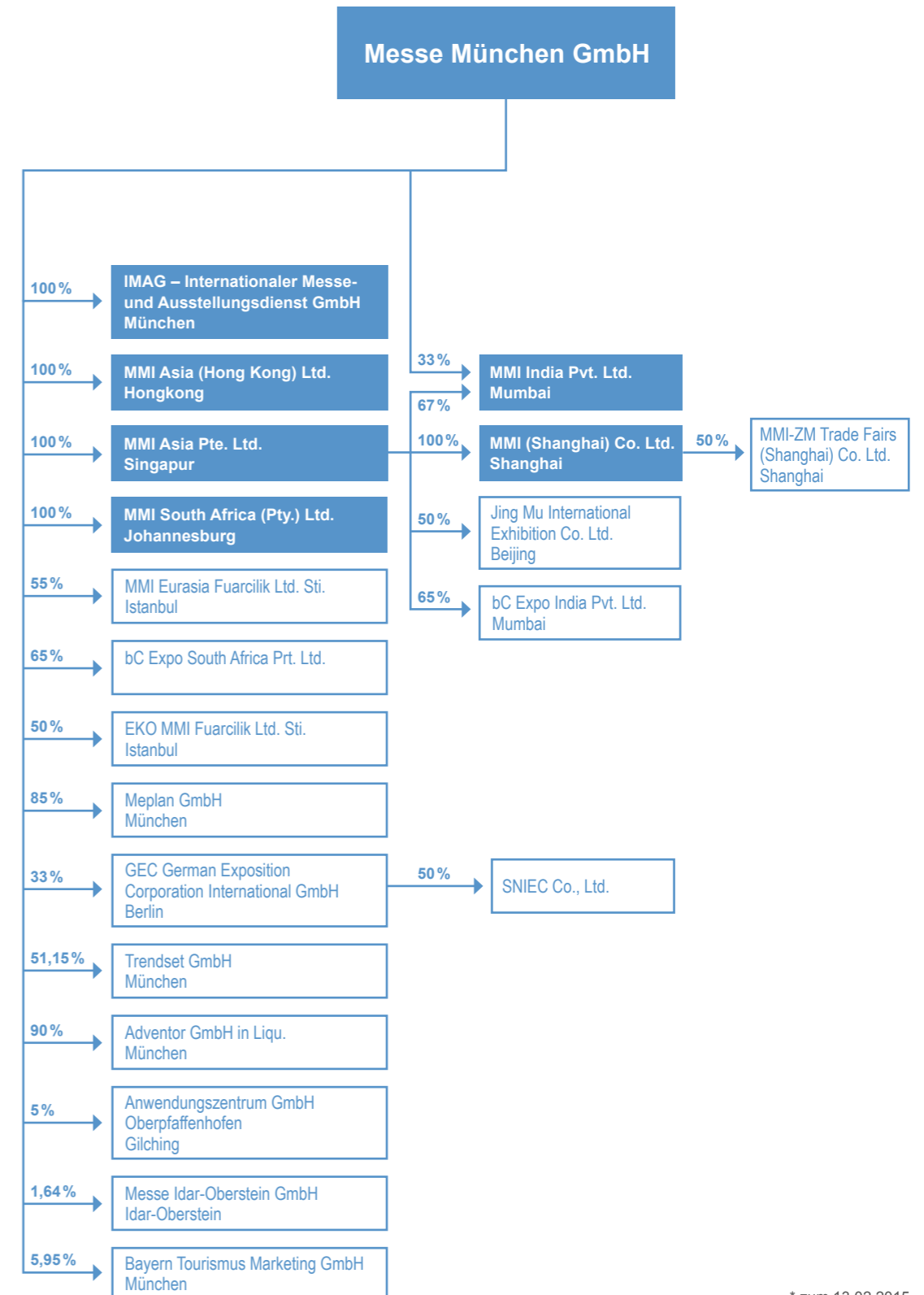
„Es ist für uns sehr wichtig, dass wir Start-up-Themen bei den Ausstellern und Besuchern der Messen platzieren können.“ Die Messe München unterstützt das intensiv. „Das ist für uns eine gewinnbringende Partnerschaft“, resümiert Prof. Sailer.

Ebenso geht es der Institution BayStartUP. Dort werden rund 100 Neugründungen im Jahr betreut. Dafür seien beispielsweise Messen wie eine electronica, productronica, BAU oder ISPO MUNICH wichtig. „Gerade für kleine Firmen ist die Nähe zur Messe ein entscheidender Kostenfaktor“, berichtet der Geschäftsführer Dr. Carsten Rudolph. Dann haben die Jungunternehmer kurze Wege zu den vielen Kunden der Messe München. Das sind schließlich rund 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher im Jahr. So ist die Messe München ein Standortvorteil für zahlreiche Unternehmen.



BETEILIGUNGSSTRUKTUR

Gut vernetzt zeigt sich die Messe München GmbH auch über ihre vielfältigen Unternehmensanteile und Tochtergesellschaften.*



* zum 13.02.2015

LEISTUNGEN UND ENTWICKLUNGEN

2.



IFAT: DER GRÜNE TEPPICH LIEGT IN MÜNCHEN

Weniger auf Kosten der Umwelt leben: Zum Auftakt der weltweit größten Umweltechologiemesse IFAT wurde 2014 erstmals in München der bedeutendste Umwelt- und Wirtschaftspreis Europas verliehen: die GreenTec Awards.



Peter Altmaier, Chef des Bundeskanzleramts, hielt als Schirmherr der GreenTec Awards eine fulminante Rede.

Am Vorabend der IFAT: Blitzlichtgewitter für die Prominenz auf dem grünen Teppich der GreenTec Awards.

Das ist eine perfekte Symbiose: „Hier die weltweit wichtigste Messe für Umweltechologien, dort der größte Umwelt- und Wirtschaftspreis Europas“, erklärt Stefan Rummel, Geschäftsführer der Messe München. Denn zum ersten Mal fand die Verleihung der renommierten GreenTec Awards in München statt: Das war im Mai 2014 als Auftaktgala der IFAT 2014. Sie ist die Weltleitmesse für Wasser-, Abwasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft.

Der Chef des Bundeskanzleramts, Peter Altmaier, hielt dabei als Schirmherr eine fulminante Rede, Rea Garvey begeisterte mit Songs aus seinem neuesten Album und Franziska van Almsick ließ sich den grünen Teppich auch nicht entgehen: Zu den Innovations-Stars bei der Preisverleihung zählten eine Stromspar-Kleinkläranlage und ein Batteriepark für Öko-

strom. Auf dem grünen statt roten Teppich sorgte zahlreiche Prominenz für Blitzlichtgewitter, darunter Umweltaktivist David Mayer de Rothschild, Topmodel Franziska Knuppe und Moderatorin Nina Eichinger. Alle gemeinsam unterstützen das Ziel der GreenTec Awards, ökologisches Engagement und Technologiebegeisterung zu fördern.

Technologie für die Umwelt

Der Gala-Abend war ein glanzvoller Start für die IFAT, die alle zwei Jahre stattfindet und sich vor allem mit effizienter Wasserbehandlung, effektivem Recycling und einem verantwortungsvollen Umgang mit knappen Ressourcen beschäftigt. Alle 16 Messehallen waren komplett ausgebucht, dazu kam eine weiter gewachsene Freigeländefläche. 3.081 Aussteller aus 59 Ländern präsentierten ihre Innovationen. Das Spek-

trum an spannenden Themen war wieder riesig, es reichte von der Sanierung von Kanalinfrastruktur über Autorecycling bis hin zum Energiepotenzial aus Abfallstoffen. Dazu kam ein sehr breit aufgestelltes Rahmenprogramm, das von der engen Verzahnung mit politischen Institutionen, Forschungseinrichtungen und Verbänden profitiert. Ein Messeprogramm, das seit Jahren immer mehr Menschen nach München lockt, 2014 waren es mehr als 135.000 Besucher aus 168 Ländern.

Globales Netz mit Anker in München

Der Erfolg der IFAT in München speist sich auch aus ihrem internationalen Netzwerk mit Spin-offs in China und Indien. 2015 wächst das IFAT-Netzwerk weiter: Im April feierte die IFAT Eurasia in Ankara Premiere. Sie spricht vor allem Besucher aus dem Nahen und Mittleren Osten, aus Zentralasien

und dem Kaukasus an. Eine starke Perspektive hat auch das erste IFAT Environmental Technology Forum im September in Johannesburg, Südafrika. Die Subsahara-Region verzeichnet stark wachsende Direktinvestitionen aufgrund großer Infrastrukturprojekte. Das IFAT Environmental Technology Forum mit begleitender Ausstellung legt den Fokus auf Umweltechnologien für die Bergbau- und Bauindustrie und findet parallel zur BAUMA CONEXPO AFRICA statt, der größten Messe auf dem afrikanischen Kontinent für die Bau- und Bergbaumaschinenbranche.

ICM-KONGRESSWELT: IMMER ÖFTER MÜNCHEN

Es sind unscheinbare Kürzel wie ERS, EASD oder ESC, die Münchens Rang im internationalen Kongressgeschäft dokumentieren: Sie stehen für renommierte medizinische Fachgesellschaften wie die European Respiratory Society (Lungenmediziner), European Association for Study of Diabetes (Diabetologen) oder European Society of Cardiology (Kardiologen), die regelmäßig im ICM – Internationales Congress Center München zu Gast sind – was keinesfalls selbstverständlich ist.



20.000 Lungenärzte sind im September 2014 zu Gast im ICM – Internationales Congress Center München.



München gehört weltweit zu den Top-Destinationen für Kongresse. In manchen Jahren reisen Zehntausende Mediziner nach München, um an einem Kongress auf der Messe München und im ICM – Internationales Congress Center München teilzunehmen. Erst im September 2014 kamen über 20.000 Lungenärzte zum ERS-Kongress. Im Jahr 2016 steht der EASD-Kongress mit 15.000 Teilnehmern auf dem Programm. Für 2018 hat sich wieder die European Society of Cardiology mit ihrem Kardiologenkongress angemeldet. Dieser weltweit bedeutende Kongress für Herzmediziner mit etwa 30.000 Teilnehmern findet dann zum vierten Mal in München statt.

„Münchens hohes Renommee rührt nicht von ungefähr“, erklärt Dr. Reinhard Pfeiffer, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Kongressveranstalter wie Besucher finden in München einfach ideale Bedingungen vor.“ München punktet mit moderner Infrastruktur und internationaler Anbindung. Hotellerie, Gastronomie und kulturelles Angebot sind auf Weltniveau – und die Nähe zu den Bergen ist einzigartig. Zum positiven Image Münchens gesellt sich eine erfolgreiche Vermarktungsstrategie: Im sogenannten „München Modell“ bündeln die Landeshauptstadt und Wirtschaftsunternehmen der Tourismus- und Kongressindustrie seit 2012 ihre Interessen in der „Tourismus Initiative München e.V.“, kurz TIM. Für Pfeiffer die „perfekte Plattform“ zur konzertierten Vermarktung: „Alle Akteure ziehen hier an einem Strang.“

Im internationalen Wettbewerb hebt sich München auch mit innovativen Lösungen ab, erläutert Monika Dech, stellvertretende Geschäftsführerin der Messe München: „Bei der Ausschreibung zum ERS-Kongress 2014 etwa haben wir uns auf Antrieb mit einem neuen Konzept für temporäre Halleneinbauten durchgesetzt.“ Optimale Rahmenbedingungen also auch für den wirtschaftlichen Erfolg: Das ICM beispielsweise knackte im abgelaufenen Geschäftsjahr beim Umsatz erstmals die Zehn-Millionen-Euro-Marke.

Die Bewerbungsprozesse für Großkongresse sind sehr aufwendig. Deshalb arbeiten die Messe München, das ICM und die Landeshauptstadt Hand in Hand. So auch beim sogenannten Bid-Book, den Bewerbungsunterlagen für einen Kongress. Monika Dech: „Wir zeichnen in einer emotionalen

Online-Präsentation ein möglichst detailliertes Bild davon, wie der Kongress in München aussehen würde.“ Sobald sich abzeichnet, dass München es auf die Short-List der Bewerber für einen Kongress schafft, läuft ein eingespieltes Teamwork ab: Site-Inspection mit dem Kongressveranstalter im ICM und auf dem Messegelände, Ganztages-Touren in der Stadt und im Umland, Besichtigung von ausgewählten Hotels und Restaurants, „das komplette Programm“.

Bestens bewährt hat sich aus Sicht von Monika Dech auch das Konzept der Messe München Locations: „Dass wir unsere drei Locations ICM – Internationales Congress Center München, MOC Veranstaltungszentrum München und die Messe München zentral steuern und vermarkten, birgt für Veranstalter viele Vorteile.“ Es gilt die Formel „One Face to the Customer“ – ein Ansprechpartner berät Kunden zu Angebot, Services und Verfügbarkeit aller Locations.



Im grünen Atrium zwischen den Hallen ruhen sich die Gäste aus. Ein schöner Ort, um sich wieder zu sammeln.

MOC: „DIE 66“ – GEBALLTES LEBEN LEBEN!

Seit zehn Jahren schreibt „Die 66“ – Deutschlands größte Messe 50plus – eine Erfolgsstory im MOC Veranstaltungszentrum München. 2014 zählte die Best-Ager-Messe rund 47.000 Besucher.

Ein Gespräch mit Doris Lulay, die 2014 mit der Messe „Die 66“ ihr zehnjähriges Jubiläum feierte.

„Die 66“ ist eine äußerst erfolgreiche Messe. Die Besucherzahlen sprechen für sich. Worin steckt das Geheimnis dieser ungebrochenen Anziehungskraft?

Bei der Namensfindung unserer Messe kam uns der Song „Mit 66 Jahren“ von Udo Jürgens in den Sinn, denn genau dieser Titel spiegelt das Lebensgefühl wider, das wir transportieren möchten. Und das scheint uns wohl auch recht gut zu gelingen. So erleben wir seit einem Jahrzehnt, dass einerseits alles, was Spaß macht und das Herz erfreut, gut bei den Besuchern ankommt, andererseits versuchen wir von Beginn an, mit den von uns gewählten Themen auch wirklich unmittelbar die Lebenswelt der Teilnehmer abzubilden.

Welche Themen sind besonders beliebt bei den Besuchern ab 50?

Die Messe bildet in einer gebündelten Form alle für unsere Zielgruppe interessanten Themen ab. 15 an der Zahl. Der „Tourismus“ ist der ausstellerstärkste Themenbereich. Gleich darauf folgt die „Gesundheit“, wobei hier der Schwerpunkt auf der Prophylaxe liegt. Viele Best Ager fühlen sich fitter als je zuvor in ihrem Leben und möchten natürlich gerne, dass das noch lange so bleibt. Somit ist bei uns der Bereich „Sport und Fitness“ ebenfalls stark frequentiert.

Aber auch umfassende Informationsveranstaltungen zum Thema Leben im Alter stehen im Fokus Ihrer Messe.

Sehr richtig. Themen wie „Wohnen mit Service und Pflege“ oder „Recht und Soziales“ fehlen neben allen Freude bereitenden Aktivitäten und Angeboten nicht. Die Mischung macht's. Wie auch im Leben. Neben Modenschauen und unterhaltensamen Showdarbietungen, neben Workshops und Diskussionen mit Experten und Prominenten bieten wir unseren Besuchern in 150 halbstündigen Vorträgen die Möglichkeit, sich Informationen

zu den unterschiedlichsten Lebens- und Interessensbereichen einzuholen, die sie dann an den einzelnen Ständen vertiefen können.

Bieten das MOC und der Standort München besondere Vorteile für Ihre Messeveranstaltung?

Wir mieten jedes Jahr alle vier Hallen und Konferenzräume im Erdgeschoss des MOC. Das sind rund 20.000 Quadratmeter. Genug Platz für die 450 ausgesuchten Aussteller. Das MOC ist eine tolle Location für eine Publikumsveranstaltung. Mit seiner Kompaktheit bietet es eine gute Orientierung, Überschaubarkeit und kurze Wege.

Hinzu kommt die menschliche Komponente. Wir fühlen uns wohl und willkommen, und die Zusammenarbeit funktioniert sehr gut. Das Team des MOC unterstützt uns seit Jahren zu 100 Prozent. Viele Kollegen kenne ich noch von früher aus meiner Zeit als Kommunikationsreferentin bei der Messe, und unser Verhältnis ist über die Jahre immer noch herzlich und schön. Das trägt auch insgesamt zur guten Stimmung auf der „66“ bei.

Der Standort München spielt für uns eine Rolle im Hinblick auf die Verbindungen und Kontakte, die wir hier nutzen können. Um die Menschen zu erreichen, braucht man die Medien, und so arbeiten wir zum Beispiel eng mit dem Bayerischen Rundfunk und der „Süddeutschen Zeitung“ zusammen. Zudem bietet uns die Stadt genügend Verbände, Organisationen und auch Parteien, die viel zum interessanten Programm der Messe beisteuern.

Welches Resümee ziehen Sie nach den ersten zehn Jahren?

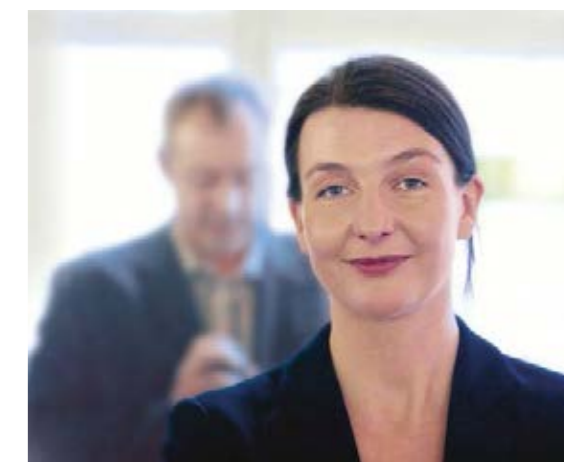
Ich freue mich, dass wir vor mehr als zehn Jahren, den kritischen und skeptischen Stimmen zum Trotz, an der Idee festgehalten haben. Unser Grundkonzept war von Anfang an vollständig, richtig und gut. In den zehn Jahren durfte ich immer wieder erleben, dass auch mit ein paar Lenzen mehr die Lebensfreude, die Lebenslust und die Motivation, Neues zu entdecken und zu erleben, nicht verloren geht. Ganz im Gegenteil: Viele starten noch



Best Ager sind heute aktiver denn je – und „Die 66“ bietet jede Menge Impulse rund um das Thema „Fitness und Sport“.

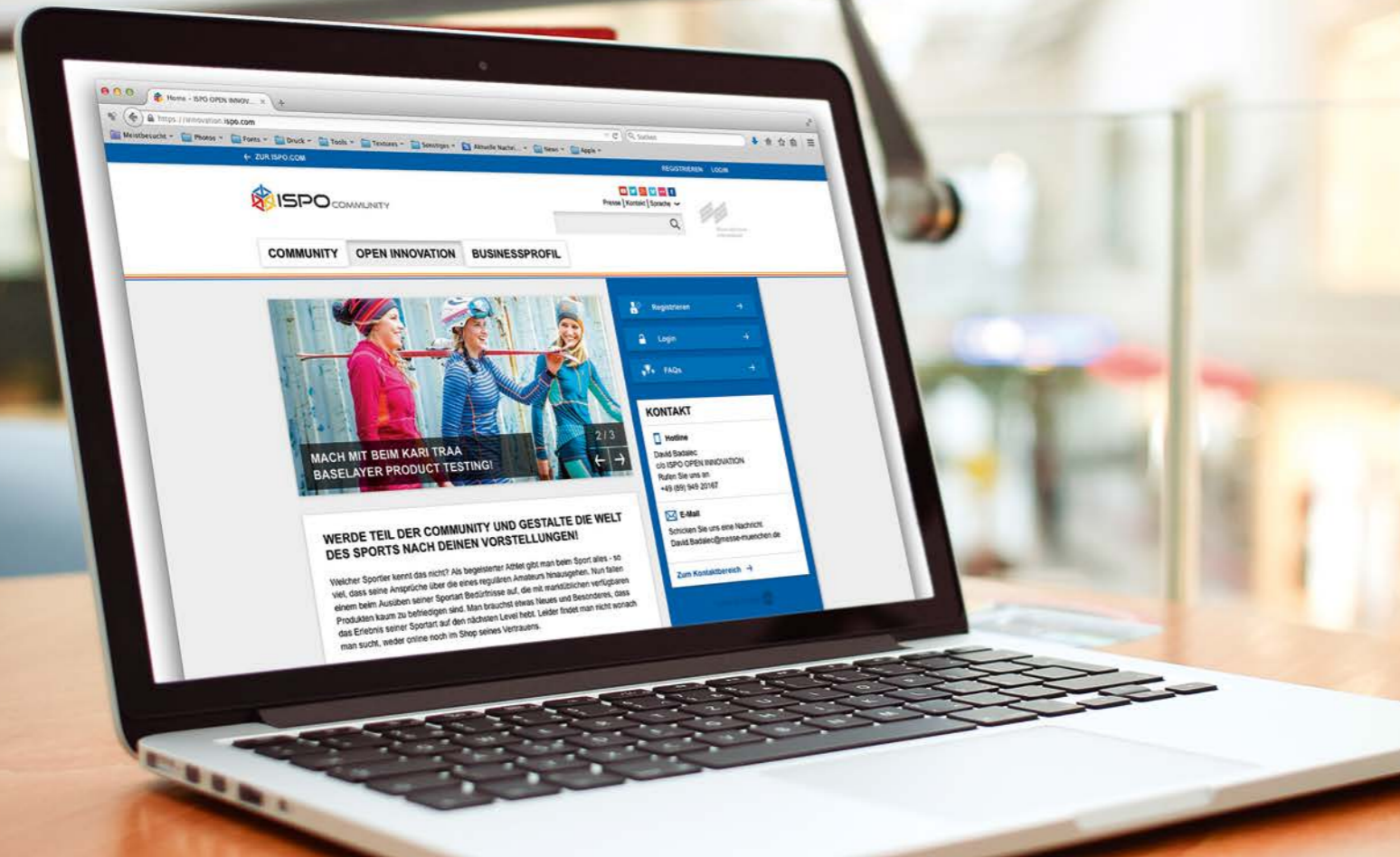
einmal neu durch, nutzen die Möglichkeiten ihrer neu gewonnenen Freiheit als Chance. Ob nun zum Reisen, zum Tanzen, zum Yoga oder auch für Weiterbildungsmaßnahmen. Die Themen der Messe schreibt das Leben. Auch in Zukunft. Wir machen sie jedem zugänglich. Und durch den demografischen Wandel gibt es noch eine ganze Menge Potenzial.

„Die 66“ möchte auch zukünftig als ganzheitliches Erleben mit Herz und Verstand ihren Besuchern Anregungen geben und spannende Perspektiven eröffnen. Sie ist nicht nur eine wunderbare Plattform für umfassende Informationen, sondern auch die Quelle für Inspirationen.



DORIS LULAY

Die Soziologin Doris Lulay ist Gründerin der Messe „Die 66“ und führt gemeinsam mit Jürgen Fiedler die Geschäfte der MT Konzept GbR.



Mit ihrer Open-Innovation-Plattform bei der ISPO MUNICH und mit einem wachsenden Angebot im Internet ist die Messe München 365 Tage im Jahr für ihre Kunden aktiv. So verbindet sie Messebesucher und -aussteller auch in der Zeit zwischen den Veranstaltungen und bringt sie punktgenau zusammen.



DER DIGITALE AUFBRUCH

„Bayern wird zur Leitregion des digitalen Aufbruchs.“ Das hat sich die bayerische Staatsregierung zur Aufgabe gemacht. Denn der digitale Wandel ergreift alle Wirtschafts- und Gesellschaftsbereiche. Die Messe München geht ebenso konsequent den Weg der Digitalisierung. Mit der enorm wachsenden Bedeutung des Internets und mit der zunehmenden Internationalisierung der Messe München und ihrer Kunden ist das auch eine Notwendigkeit.

„Als Messedienstleister geht es darum, Netzwerke zu schaffen und die richtigen Menschen zusammenzubringen. Diesen Kern unseres Messegeschäfts muss man ins digitale Zeitalter transportieren“, erläutert Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung: „Wir arbeiten mit Hochdruck daran, die Digitalisierung voranzutreiben.“

Die Digitalisierung wird auch die Geschäftsmodelle der Messen verändern. So bietet sie zum Beispiel viele Möglichkeiten, den Service rund um die Messe zu verbessern. Dabei schafft die Messe München für ihre Kunden Plattformen, mit denen sie 365 Tage im Jahr für sie erreichbar ist. Auf diesem Weg kann sie die Aussteller mit alten und potenziell neuen Geschäftspartnern zusammenbringen.

Da gibt es viele zukunftsweisende Projekte:

- Mit dem Matchmaking-Service finden interessierte Firmen über das Internet die richtigen Partner auf der Messe für ihr Projekt oder für ihr Thema. Das erspart langes Suchen und führt effektiv und schnell zum Ansprechpartner. Die Messe übernimmt dabei über ihr Internetangebot die Rolle des Kontaktmanagers.
- Die Open-Innovation-Plattform der ISPO MUNICH: Dort können Unternehmen mit der Unterstützung von Kunden und Entwicklungspartnern ein neues Produkt entwickeln oder ein technisches Problem lösen. Es ist das erste digitale Geschäftsmodell der Messe München. Mittlerweile gibt es dabei neun verkaufte Projekte und einen sechsstelligen Umsatz. Dittrich: „Es ist eine große Herausforderung, ein neues Geschäftsmodell zu entwickeln. Es erfordert Mut, neue Dinge auszuprobieren.“

Das Ziel für 2015 heißt: Open Innovation bei einem weiteren Messeprojekt aufzusetzen.

- Informationen zu den Eigenveranstaltungen gibt es auf 37 Websites. Genauso viele Newsletter informieren zu aktuellen Themen. Für jede Messe gibt es Aussteller- und Besucher-Mailings. Eine App bietet Rundum-Service. Besucher registrieren sich online und kommen mit Print@home Ticket zur Messe.

- Über ihren Onlineshop für Aussteller bietet die Messe München bei ihren eigenen Veranstaltungen immer mehr Dienstleistungen online an: So können Aussteller über das Internet alles buchen, was sie für ihren Messeauftritt brauchen: vom Handwerker bis zum Catering. Das geht schnell, das kann man rund um die Uhr erledigen – und man braucht keine Bestellformulare.

- Mit ihrer jungen Fachmesse und Open Conference IT2Industry widmet sich die Messe München den aktuellen Herausforderungen beim weltweiten Thema Industrie 4.0. Sie thematisiert die zunehmende Vernetzung von Unternehmen, Menschen, Prozessen, Daten und Gegenständen in der Industrie. Sie unterstützt Unternehmen auf ihrem Weg in die digitalisierte, vernetzte Industrielwelt. Die neue Veranstaltung bietet eine perfekte Branchenorientierung. Sie wird als „Messe in der Messe“ in die productronica, electronica und AUTOMATICA integriert.

„Damit zeigen wir, dass die digitale Kommunikation das Messeerlebnis perfekt ergänzen kann“, erläutert Klaus Dittrich die Digitalstrategie: „Bei der Vorbereitung und auch bei der Nachbereitung – 365 Tage im Jahr. Sie birgt zusätzlich zur Messe viele Möglichkeiten, den Service zu verbessern.“

Das Internet ist aber kein Ersatz für eine Messe, weil die persönliche Begegnung zwischen Kunden und Herstellern nicht ersetzbar ist. Das Internet ist allerdings ein unverzichtbarer Begleiter für eine effektive Messe. Diese Plattform richtet sich zielgenau an die branchenübergreifende Community.

„Ich bin der festen Überzeugung, dass das jahrhundertealte Konzept der Messe sogar in Zeiten der Digitalisierung seine Bedeutung erhalten wird“, kommentiert Klaus Dittrich die Entwicklung: „Das Internet ist eine wesentliche Ergänzung einer Messe, aber es ist kein Ersatz. Denn Messen bringen Menschen zusammen.“



Bewegende Momente: Szenen aus dem preisgekrönten Film zur bauma. Ein Parcours-Runner turnt über die größte Messe der Welt und macht die spektakulären Riesenmaschinen zu seinen Co-Stars. Zu sehen unter www.bauma.de.

bauma – DER FILM

Tausende Bagger, Krane und Sattelzugmaschinen, mehr als 535.000 Besucher auf einer Fläche so groß wie 80 Fußballfelder – die bauma in München ist eine Messe der Superlative und tatsächlich die größte Messe der Welt. Spektakulär ist auch „bauma – der Film“: Ein Parcours-Runner erobert mit waghalsigen Stunts die Messe.

Sie kennen den Film noch nicht? Salto aus der Riesenröhre, Luftsprung auf dem Kran, Abrollen vom 600-Tonnen-Muldenkipper – der Parcours-Runner ist wenig zimperlich. Der Baumaschinen-affine Zuschauer staunt und erkennt: Die bauma in München ist eine Sensation. Sollte er bislang noch gezögert haben, ist jetzt klar: Bei der nächsten Ausgabe 2016 ist er dabei – und das Ziel der Film- und Online-Kampagne „Heartbeat“ erreicht.

Deshalb ist der Film auch mit dem renommierten Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2014 in der Kategorie B2B ausgezeichnet worden, den das Magazin „pressesprecher“ jährlich verleiht. Natürlich nicht nur, weil er Spaß macht. Wobei es genau das Besondere ist, dass er eine Fachmesse spannend und emotional rüberbringt. Aber auch, weil er über Mailings an bauma-Aussteller und -Besucher sowie über Facebook-Advertising sehr erfolgreich breitflächig an eine spitze Zielgruppe kommuniziert wurde. Weil die bauma viele Menschen aus ihrer Branche erreicht hat – in einer Phase, in der es eher still um sie ist: Im Frühjahr 2014 war die Weltpremiere in Las Vegas, wenige Wochen später Deutschlandpremiere in Berlin, also exakt ein Jahr nach der vergangenen bauma im Jahr 2013 und zwei Jahre vor der kommenden bauma 2016.



BAUMA – DER FILM:
JETZT ANSCHAUEN!



Deutscher Preis für
Onlinekommunikation 2014
GEWINNER

Die Kampagne zu „bauma – der Film“ ist 2014 mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation des Magazins „pressesprecher“ in der Kategorie B2B ausgezeichnet worden. Mit Spannung und tollen Bildern weckte die Kampagne in der ruhigen Zeit zwischen zwei bauma-Veranstaltungen in der Branche Begeisterung für „ihre“ größte Messe der Welt.

Verantwortlich für Konzept und Produktion des Films zeichnet die Münchner Filmproduktion just gmbh audiovisuelle produktionen unter der Regie von Christian Geisler. Ein Jahr Vorbereitung und ein Storyboard mit über 140 Einstellungen zeugen von einem bisher ungekannten Aufwand im Bereich Messeimagefilm. Dabei ist er gerade kein klassischer Imagefilm! Der Regisseur packte die Messe der Superlative in eine mitreißende Story mit tollen Bildern und machte die spektakulären Riesenmaschinen zu glänzenden Co-Stars. Klicken Sie auf www.bauma.de. Denn „bauma – der Film“ macht einfach Spaß.

INNOVATIVER STANDBAU: SO COOL KANN ÖKO AUSSEHEN

Im spannenden Spektrum der Weltleitmesse für Umwelttechnologien zog der Messestand von Veolia die Aufmerksamkeit der Fachbesucher auf sich. Das nachhaltige Standkonzept wurde mit dem renommierten ADAM Award des FAMAB – Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e. V. prämiert.

Sanfte, natürliche Farben, bedruckte Stoffbahnen und grafisch stark reduzierte Motive, die Umwelt und Technologie in Einklang zeigen: Mit ruhigem, cleanem und modernem Ambiente setzte der Stand von Veolia Environnement S.A. auf der IFAT 2014 neue Akzente in Sachen Design und Nachhaltigkeit. Das Konzept aus der Schmiede der Hamburger Messearchitekten MIKS zeigt, dass der Einsatz ökologisch unbedenklicher Materialien, recycelter und wiederverwendbarer Elemente und Möbel keine Einschränkung für die gestalterische Freiheit bedeutet. Entgegen den üblichen Erwartungen an Ökodesigns vermittelte der Auftritt ein entspanntes Lounge-Ambiente. „Der Veolia-Stand bricht wohltuend mit den gängigen Öko-Klischees, denn es ist ein cooler und sympathischer Messeauftritt entstanden, dem man seine Wiederverwendbarkeit auf den ersten Blick nicht ansieht“, so die Jury des Branchenverbands FAMAB, die das beispielhafte Projekt mit dem „bronzenen Apfel“ beim ADAM Award in der Kategorie „best green idea“ auszeichnete.

Im Umfeld von 3.000 Ausstellern, die ihre Produkte und Lösungen rund um Wasser-, Abfall- und Rohstoffwirtschaft präsentierten, zog der Stand mit seinem individuellen Design viele Besucher an. Unter dem Claim „Resourcing the World – Ressourcen für die Welt“ hatte Veolia das Kernthema der Branche zum Konzept erklärt. Der Stand spiegelte dabei die Philosophie des Unternehmens, dass Ökologie und Ökonomie durchaus in Einklang funktionieren. Was der Messebesucher auf den ersten Blick nicht erkennen konnte: Für den 340 Quadratmeter großen Bereich war viel wiederverwendbares Material genutzt worden, ein großer Teil davon sogar aus der Standardausstattung.

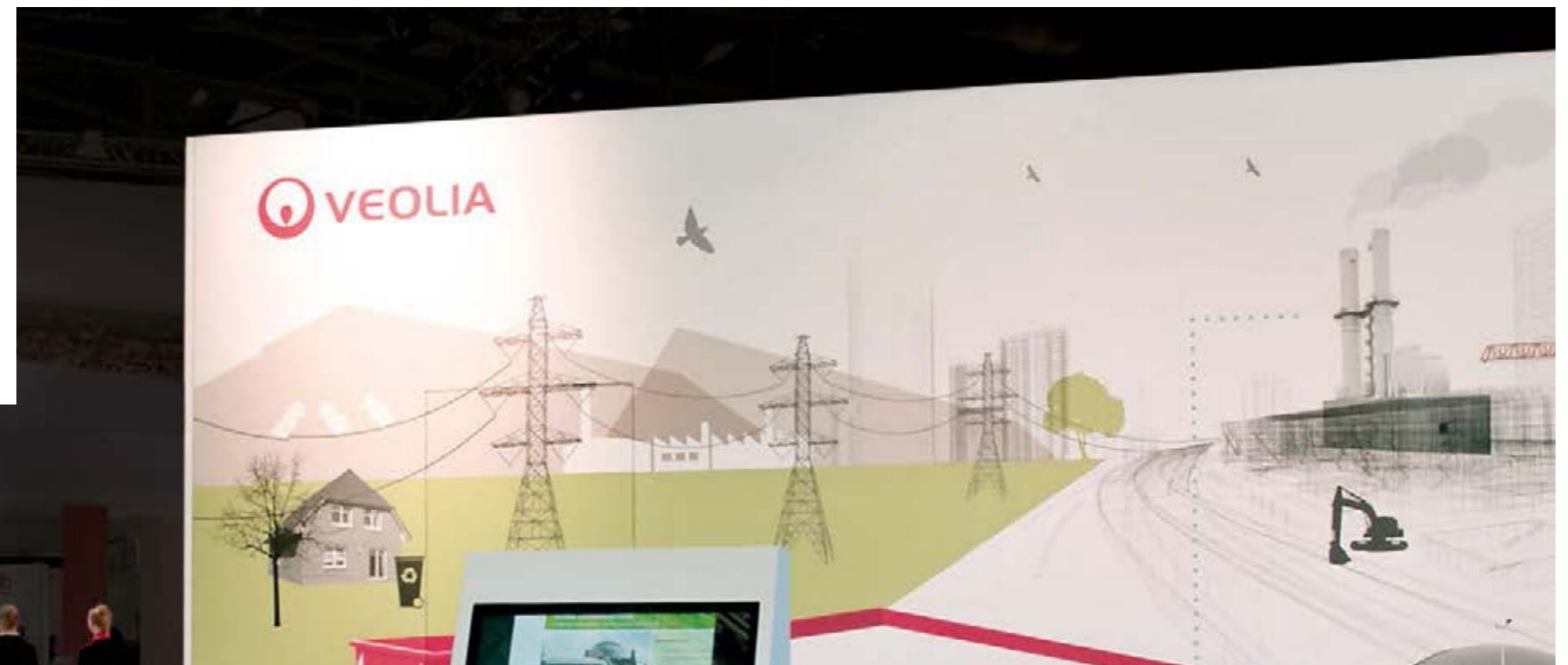
Weil textile Elemente wo immer möglich massive Konstruktionen ersetzen, wirkte der Stand freundlich hell und offen. Das bis zu drei Meter hohe und 74 Meter lange, umlaufende Deckenbanner aus Stoff war auch aus der Entfernung gut zu erkennen. In dieser Kulisse wurde das Leistungsspektrum von Veolia mit für einen Öko-Stand untypischen Stilmitteln in Szene gesetzt: Grafiken, Illustrationen und mediale Projektionen sowie Exponate auf mobilen Medienstelen spielten mit urbaner Symbolik. Individuell abgerundet wurde das modulare Bild durch außergewöhnliches Mobiliar. Tresen und Tische stammten aus der Kreativwerkstatt von Nordwerk Design. Das Dresdner Unternehmen verwendet dafür im Prinzip Müll: Industriewellpappe, die eigentlich entsorgt werden soll. Ökobilanz der Messemöbel: Weniger als ein Prozent Abfall



Saubere Sache: Recycelte und wiederverwendbare Elemente bedeuten keine Einschränkung für die künstlerische Freiheit im Standbau.

bei der Herstellung. Matthias Kolbeck, Leiter Kommunikation bei Veolia Deutschland, freute sich vor allem über das positive Resultat der Messepräsenz. „Wir waren einer der am häufigsten fotografierten Stände“, sagte er. „Unser Ziel ist erfüllt: Veolia hat sich als starke Marke positioniert, wir konnten bestehende Kundenbeziehungen pflegen und zahlreiche Gespräche mit neuen Kunden und Interessenten führen.“

Das börsennotierte Unternehmen mit Hauptsitz in Paris zählt auf allen Kontinenten mehr als 187.000 Beschäftigte. Allein in Deutschland sind 12.000 Mitarbeiter an über 200 Standorten damit beschäftigt, 13 Millionen Menschen mit Trinkwasser zu versorgen, Abwasser zu klären und Energie bereitzustellen.



LOCAL SOURCING FÜR KLIMA UND KUNDEN

Seit mehr als 20 Jahren bietet die MEPLAN GmbH als Tochterunternehmen der Messe München International weltweit kompletten Service für System- und Designstandbau. Jetzt punkten die Messeexperten mit Konzepten, die ökologische Aspekte berücksichtigen – und dabei Kunden sogar Vorteile bieten.

Kürzere Wege, deutlich weniger fahrzeugbedingte CO₂-Freisetzung – und nebenbei mehr Flexibilität: So lautet das Fazit von MEPLAN. Unter dem Motto „Local Sourcing Strategy“ arbeiten die Münchner erfolgreich mit lokalen Standbaupartnern im Umfeld der großen Messeplätze zusammen. Erklärtes Ziel: die CO₂-Bilanz immer weiter zu optimieren.

Für den überregionalen Messestandbau von MEPLAN müssten die Transporter jedes Jahr rund elf Millionen Kilometer durch Deutschland rollen. Dank der dezentralen Organisation spart MEPLAN einen erheblichen Teil dieser Wege für Material und Personal ein. Das Ergebnis: rund 10.000 Tonnen weniger CO₂-Ausstoß. Die Tochter der Messe München bringt es im Jahreschnitt auf rund 3.900 externe Projekte, darunter vor allem Aufträge im Messezentrum Nürnberg (Entfernung ca. 200 km), auf der Messe Frankfurt (450 km), der Messe Düsseldorf sowie der Kölnmesse (600 km). Für die Aussteller dort hat das Umweltengagement von

MEPLAN einen angenehmen Nebeneffekt: Mit Partnern vor Ort können die Messebauer rasch reagieren, zum Beispiel, wenn spontane Kundenwünsche rasch umgesetzt werden müssen.

Die Kooperation mit lokalen Partnern lässt nicht nur die Umwelt aufatmen und sorgt für entspannte Kunden: Im Umkreis der Messestädte freuen sich viele kleine Partnerfirmen über den starken Auftraggeber aus München. Die handwerklich versierten Partner unterstützen MEPLAN mit einer vielfältigen Produktpalette. Das Konzept hat sich auch international bewährt: So kooperiert MEPLAN beispielsweise in Amsterdam, Shanghai, Mumbai und Delhi mit ortsansässigen Unternehmen.

Abgerundet wird die grüne Philosophie bei MEPLAN durch möglichst nachhaltige Lösungen bei Stand-, Kongress- und Hallenarchitekturen. Die Messigestalter zeigen mit vielen Beispielen, wie sich mit umweltfreundlichen Alternativen kreative Lösungen erreichen lassen. Im Mittelpunkt steht

stets der Einsatz von Materialien, die wiederverwendet und -verwertet werden können, etwa kompostierbare Teppiche aus natürlichen Fasern oder Werbebanner auf Textilien aus recyceltem PET. Bei Standsystemen und Mietmobiliar setzt MEPLAN auf hochwertige Materialien, denn robuste Elemente können mehrfach eingesetzt werden. Mit individuellen Angeboten bedienen die Münchner Messeprofis unterschiedlichste Kundenwünsche und zeigen dabei: CO₂-Ersparnis ist möglich – ohne Qualitätsverlust.



Mit ihrer Local-Sourcing-Strategie optimieren die Standbauer von MEPLAN ihre CO₂-Bilanz.

VON MÜNCHEN IN DIE MÄRKTE DER WELT

Für Messen reicht es heute nicht mehr, sich nur an ihrem Heimatstandort zu positionieren. Auch die Aussteller drängen in Zeiten der Globalisierung darauf, in die ausländischen Wachstumsmärkte zu gehen. Die Messe München und ihre Tochter IMAG unterstützen sie dabei.

Im Auslandsgeschäft sieht die Messe München derzeit ihr größtes Steigerungspotenzial. „Wir exportieren unsere Leitmessen in die wichtigsten Wachstumsregionen der Welt“, erläutert Klaus Dittrich die Strategie. Damit baut die Messe München auch international ihre Stellung als einer der führenden Messeveranstalter aus. Diese Expansion nutzen die Aussteller ebenfalls. Immer mehr fragen an, ob die Messe München sie ins Ausland begleiten kann, weil sie internationale Märkte für sich erschließen wollen.

Dabei können sie sich auf das internationale Renommee und Know-how der Messe stützen. Zum globalen Netzwerk gehören zehn Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie 67 Auslandsvertretungen für 115 Länder.

Die IMAG erleichtert den Weg ins Ausland

Ausstellende Firmen können sich auf die IMAG stützen. Der Internationale Messe- und Ausstellungsdienst ist eine hundertprozentige Tochter der Messe München. Ob Teheran oder Ho Chi Minh City, Dubai oder Moskau, Seoul oder Algier – seit fast 70 Jahren ist die IMAG der Partner für kleine und große Firmen, die in internationale Märkte streben. Viele davon kommen aus München und Bayern.

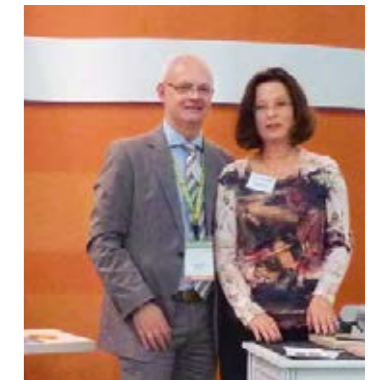
Darunter sind Unternehmen wie Knorr-Bremse, iwis motorsysteme und F. X. MEILLER Fahrzeug- und Maschinenfabrik aus München, Webasto Thermo & Comfort SE aus Stockdorf und BHS Sonthofen.

Auch die WIMAG verlässt sich bei Messeauftritten im Ausland gerne auf die IMAG. „Für uns ist es wichtig, Kontakte zu potenziellen Kunden, Händlern und Vertriebspartnern zu knüpfen“, sagt Geschäftsführer Gerhard Gressbach. Das Unternehmen aus Unterfranken stellt Baugeräte und Hebezeuge für Betonteile und Natursteine her.

Seit zwölf Jahren ist die WIMAG Kunde der IMAG. Der Service der IMAG ist für Geschäftsführer Gressbach „optimal“: Eine Spedition holt die Exponate ab und liefert alles rechtzeitig zur Messe. Der Aussteller muss sich um nichts kümmern.



„Ohne die Sicherheit, die uns die Unterstützung der IMAG bietet, wären wir nicht auf Auslandsmessen in Chile, Indien oder Südafrika gegangen.“



Gerhard Gressbach, Geschäftsführer der WIMAG aus Obernburg, verlässt sich bei Messeauftritten gern auf den Service der IMAG.

„Wir kommen in ein fremdes Land, auf ein unbekanntes Messegelände und alles ist perfekt organisiert und der Stand fertig“, schwärmt Gressbach: „Ohne die Sicherheit, die uns die Unterstützung der IMAG bietet, wären wir nicht auf Auslandsmessen in Chile, Indien oder Südafrika gegangen.“

In diesem Jahr wird die WIMAG auf der BAUMA CONEXPO AFRICA in Johannesburg und erstmalig auf der CONEXPO Latin America in Santiago de Chile ausstellen. Dort nutzt sie den „German Pavillon“. Der Gemeinschaftsstand wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert; das macht die Messebeteiligung deutlich günstiger und reduziert den Aufwand der Aussteller maßgeblich. Der Stand wird auf beiden Messen von der IMAG organisiert.

Mehr als 5.000 internationale Ausstellungen

Die IMAG war seit ihrer Gründung 1946 an über 5.000 internationalen Ausstellungen beteiligt. Das Unternehmen ist sowohl Veranstalter – beispielsweise der IranConMin in Teheran – als auch Co-Organizer oder Vertriebspartner für renommierte Fachmessen, zum Beispiel für die Auto Shanghai

und die Comtrans in Moskau. Zudem organisiert sie Gemeinschaftsstände im Auftrag von Bundes- und Landesministerien. Insgesamt ist die IMAG jährlich an etwa 30 Messen in rund 20 Ländern beteiligt.

Mit der Internationalität wächst der Umsatz

Das Engagement im Ausland hat zudem einen positiven Effekt für den Standort München: Es kommen deutlich mehr Besucher und Aussteller aus dem Ausland zu den Veranstaltungen in München. Nach einer Untersuchung des ifo Instituts stieg der Anteil ausländischer Aussteller in München im Zeitraum 2001 bis 2013 von 39 auf 49 Prozent und die Zahl der Besucher von 17 auf 33 Prozent. Die steigende Internationalität wirkt sich zudem auf den Umsatz der Messe München aus: Bis zum Jahr 2016 soll der Anteil des Auslandsgeschäfts am Umsatz auf 22 Prozent gesteigert werden. Das ist ein Plus von 50 Prozent. „Das ist eine unverzichtbare Maßnahme, um die Position unserer Leitmessen in München zu erhalten“, erläutert Klaus Dittrich: „Wir verstehen uns dabei auch als Botschafter Bayerns in der Welt.“

Die Auslandsmessegesellschaft IMAG betreut unter anderem deutsche Gemeinschaftsstände, die durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert werden.



MÜNCHEN IST HOTSPOT: DIE MESSE-HIGHLIGHTS 2014

Wie gestaltet sich unsere Welt von morgen? Mit richtungsweisenden Kongressen, Fach- und Publikumsmessen, darunter Weltleitmessen für Technologien, urbanes Leben und Nachhaltigkeit, präsentiert die Messe München vielfältige Lösungen für die Herausforderungen verschiedenster Branchen. Das Portfolio eigener Events in München sowie an Messeplätzen weltweit wird durch spannende Gastveranstaltungen ergänzt.



Die electronica, der weltweit größte Branchentreff der Elektronikindustrie, feierte 2014 ihren 50. Geburtstag.



WILLKOMMEN IN DER ZUKUNFT

Welche Trends setzen sich fort, welche Technik wird uns neu begeistern? Zum 50. Geburtstag lieferte die electronica, der weltweit größte Branchentreff der Elektronikindustrie, in München wegweisende Antworten.

Eine schillernde Menge an neuen Produkten hatten die zahlreichen Aussteller zur electronica 2014 nach München mitgebracht. Zentrale Rolle dabei: die globale Vernetzung. Schon seit 1964 ist die Messe ein richtungsweisender Kompass. Die Plattform präsentiert, was noch vor Kurzem als Zukunftsmusik galt. Im Jubiläumsjahr standen die Anwendungsfelder Automotive, Embedded, Lighting und Medizin sowie übergreifend die Themen Security und Energieeffizienz im Mittelpunkt. Von Wearables über das Auto bis hin zu ganzen Stadt-Konzepten reichten die Ideen. Die wichtigste Botschaft der vier Messtage lautete: Die Welt wächst weiter zusammen.

Euphorische Stimmung

Die Elektronikindustrie ist treibende Kraft. Neue Anwendungen setzen positive Signale für Wachstumschancen, zum Beispiel für die Automobilindustrie, den Gesundheitssektor oder die produzierende Industrie. Optimistische Prognosen, beispielsweise zu einem signifikanten Wachstum des Weltmarkts für elektronische Bauelemente, sorgten in den Hallen für euphorische Stimmung. Daneben gab es auch Raum für kritische Marktbetrachtung, etwa beim CEO Roundtable. Vertreter führender Unternehmen diskutierten unter

anderem Herausforderungen, welche die wachsende globale Vernetzung mit sich bringt. Die Schlüsselrolle von Sicherheitslösungen stand auch im Mittelpunkt vieler Beiträge des messebegleitenden Konferenzprogramms.

Internationaler Zuwachs

Zu ihrem 50. Geburtstag glänzte die electronica mit einem herausragenden Ergebnis: Mehr als 73.000 Besucher und 2.725 Aussteller mit einem Auslandsanteil von mehr als 63 Prozent bestätigten ihre Rolle als Weltleitmesse. Zu den Top-Besuchern zählten neben Deutschland Italien, Österreich, Großbritannien und Nordirland, die Schweiz, Frankreich sowie die Tschechische Republik und die USA. Darüber hinaus kamen auch aus Indien, China, Österreich, Indien und Slowenien mehr Besucher denn zuvor. In einer Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS Infratest bewertete die überwiegende Mehrheit der Gäste, 96 Prozent, die Veranstaltung mit ausgezeichnet bis gut.



Die bauma China ist längst die zweitgrößte Veranstaltung im gesamten Portfolio der Messe München – nach der Weltleitmesse bauma in München, der größten Messe der Welt.

AUFWÄRTS-TREND IN SHANGHAI

Zum siebten Mal findet im November im Shanghai New International Expo Centre die größte und wichtigste Fachmesse im asiatischen Raum für Bau- und Baustoffmaschinen, Baufahrzeuge und -geräte statt, die bauma China. Das Mega-Event setzt für die Branche ein positives Signal.

Ingenieure, Architekten, Bauunternehmer und Wissenschaftler: Allen Entscheidern, Dienstleistern und Zulieferern bot die bauma China im November 2014 vier Tage lang einen eindrucksvollen Überblick über Innovationen und Trends vor allem bei Maschinen, Baufahrzeugen und -geräten. Ob Hebezeuge, Flurförderzeuge, Spezialsysteme etwa für die Verarbeitung von Beton, Gerüste und vieles mehr – rund 3.100 Aussteller aus 41 Ländern informierten die Gäste umfassend über ihre Produkte und Serviceangebote. Auf einer Fläche von rund 300.000 Quadratmetern – das entspricht etwa 42 Fußballfeldern – wurden progressive Verfahren diskutiert, um etwa Rohstoffe zu gewinnen, sowie Maßnahmen zur Arbeitssicherheit und genauere Prüf-, Mess- und Steuerungstechnik vorgestellt. Das Wichtigste: Auf internationaler Ebene konnten viele neue zukunftsrelevante Kontakte hergestellt werden.

Zuletzt hat die Branche in Asien einen Konjunkturabschwung erlebt, doch auf der bauma China sandte das Stimmungsb-

arometer positive Signale. Die Messe, die seit 2002 alle zwei Jahre stattfindet, verzeichnete nicht zuletzt in ihrem 7. Jahr ein Besucherplus von sieben Prozent. Allen voran äußert sich Stefan Rummel, Geschäftsführer der Messe München, beeindruckt über die gute Stimmung unter Ausstellern wie Besuchern. „Zwölf Jahre nach dem Start ist die bauma China weit mehr als ein Forum für Produktpräsentationen. Weit wichtiger ist, dass hier Gelegenheit zum Austausch geboten wird.“ Während der Messetage wurden zahlreiche Allianzen eingeleitet und aufgefrischt. Aussteller wie Gäste zeigten sich zuversichtlich, dass die Baubranche in Asien einen neuen Aufwärtstrend erfährt.

**bauma
China 2014**

MESSE: BAUMA CHINA
ORT: SHANGHAI NEW INTERNATIONAL
EXPO CENTRE



NETWORKING IN INTERNATIONALER ATMOSPHÄRE

Bei positiver Stimmung im Investment- und Finanzierungsumfeld verzeichnet der etablierte Branchentreff EXPO REAL im Oktober deutlichen Zuwachs aus dem Ausland.

Extreme Termindichte, viele Meetings, auch mit Newcomern aus dem Ausland, so lautete das Fazit der Aussteller der 17. Internationalen Fachmesse für Immobilien und Investitionen, die im Oktober auf dem Gelände der Messe München stattfand. Networking stand dabei im Mittelpunkt: Längst hat sich die EXPO REAL als bedeutendster Treffpunkt mit bekannten wie mit potenziellen Investoren etabliert. Sie nutzen den hochkarätigen Gipfel ebenso wie Dienstleister und Käufer zum Austausch über Projekte.

Neben den klassischen Themen Wohn- und Gewerbeimmobilien zeichnete sich die wachsende Bedeutung von alternativen Immobilieninvestments ab. Das zeigte sich anhand der steigenden Unternehmenspräsenz aus den Bereichen Hotellerie, Retail, Logistik und Gesundheitsimmobilien. Nicht nur die große Zahl an Besuchern (34.200), sondern mehr noch deren Qualität war für die Aussteller von Bedeutung: Hier treffen sich die Großen

Die EXPO REAL ist einer der wichtigsten Märkte für die Immobilienbranche, für Investoren und Dienstleister. Hier werden bedeutende Projekte einem weltweiten Publikum präsentiert.

bedeutender Märkte wie Europa und Russland, des Mittleren Ostens bis zu den USA. Das bestätigten auch Vertreter der 1.655 präsenten Unternehmen. Abgerundet wurde die Messe durch ein umfangreiches Konferenzprogramm mit rund 400 Referenten, die fundierten Überblick über die Trends des Immobilien-, Investitions- und Finanzierungsmarkts boten. Die diesjährigen Top Ten der Besucherländer waren neben Deutschland: Großbritannien, die Niederlande, Österreich, die Schweiz, Frankreich, Polen, die Tschechische Republik, die USA, die Russische Föderation und Luxemburg.

**EXPO
REAL**

MESSE: EXPO REAL
ORT: MESSE MÜNCHEN



MARKT DER ABENTEUER

Piste oder Pulver? Die internationalen Sports-Business-Plattformen ISPO MUNICH und ISPO BEIJING bedienen den großen Traum von Freiheit und Dynamik.

Sie suchen das perfekte Board? Dann sind Sie in den Action-Hallen richtig. Sie wollen Klettern, Bouldern und dann noch ins Hinterland? Schauen Sie sich in den Outdoor-Hallen um nach passender Kleidung, Ausstattung und Zubehör. Hockey, Racket, Wasser- und Teamsport finden sich im Performance-Bereich, Ski ist natürlich noch mal ein ganz eigenes Thema. Insgesamt bot die ISPO MUNICH 2014 neun Ausstellungsbereiche in 16 Messehallen, da war für jeden im internationalen Sports Business was dabei.

Ganz neu: eine eigene Health & Fitness-Halle, die den Trend Healthstyle bedient. Hier drehte sich alles um die Schwerpunkte „Mobile Health & Fitness“ und „Gesundheit am Arbeitsplatz“. Der gesellschaftliche Wunsch nach Fitness, Ausgeglichenheit, Vitalität und Jugendlichkeit bietet für den Sportfachhandel neue Zielgruppen und Umsatzchancen. Das Feedback der Kunden zum zusätzlichen Angebot der Messe war durchweg positiv.

Wichtige Trendbarometer für die Branche sind auch die Auszeichnungen, die auf der ISPO MUNICH verliehen werden. Der ISPO AWARD zeichnet jedes Jahr herausragende Produkte aus. Zu den Preisträgern 2014 zählte zum Beispiel ein Skischuh von DAHU Ski Boots, der ganztägigen Tragekomfort bietet und mit dem man Ski fahren, laufen und Auto fahren kann. Daneben ist ISPO BRANDNEW der weltweit größte Jungunternehmer-Wettbewerb der Sportartikelindustrie. Der Hauptgewinn ging 2014 an das Start-up Oru Kayak und sein



MESSEN: ISPO MUNICH & ISPO BEIJING
ORT: MESSE MÜNCHEN & CHINA NATIONAL CONVENTION CENTER, PEKING

Dynamik pur auf der ISPO MUNICH – und erstmals gibt es eine eigene Halle für „Health & Fitness“.

elegantes, robustes, 3,7 Meter langes Boot, das man schnell zu einem kompakten, tragbaren Koffer zusammenfalten kann. Mit einem erneuten Besucherplus und einem Ausstellerrekord knüpfte die ISPO MUNICH an ihr Top-Ergebnis von 2013 an: Vom 26. bis 29. Januar kamen rund 81.000 Fachbesucher auf das Messegelände.

Darüber hinaus hat sich seit 2007 die ISPO BEIJING als Dreh- und Angelpunkt der Sport- und Fitnessbranche im asiatisch-pazifischen Raum etabliert. Die Veranstaltung in Peking ist ein Paradebeispiel, wie sich östliche und westliche Tradition und Know-how optimal ergänzen. Mit einem Plus von sechs Prozent verzeichnete die ISPO BEIJING mehr Besucher denn je. China bietet definitiv viel Potenzial: 2015 feiert deshalb im Juli die ISPO SHANGHAI Premiere. Die Messe folgt damit dem Wunsch aus Industrie und Handel nach einer Messe für Ganzjahressport im asiatisch-pazifischen Raum.

WELTWEIT GENUSS MIT PLUS

Im März 2014 feierte in Johannesburg die erste food & drink technology Africa ihren Auftakt. In Indien verzeichnete die Schwestermesse drink technology India fast 17 Prozent Zuwachs bei den Ausstellern.

Enge Zusammenarbeit ist angesagt zum Start der ersten food & drink technology Africa in Johannesburg. Im Schulterchluss mit ihrer Tochtergesellschaft MMI Africa lancierte die Messe München International die Veranstaltung zum wichtigsten Branchentermin. Sie bot Informationen zu aktuellen Entwicklungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: vom Rohstoffhandling, von der Verarbeitung, dem Abfüllen sowie der Verpackung bis hin zur Logistik. Workshops ergänzten das Konferenzprogramm. Zudem drehte sich eine eigene Konferenz um Technologien für eine sichere, hygienische und ressourceneffiziente Produktion und Verpackung von Nahrungsmitteln, Liquid Food und Getränken.

Eine Bevölkerung von rund 130 Millionen Menschen in den Ländern des südlichen Afrikas und eine rasche Wachstumsrate, das ist Herausforderung und Chance zugleich: Anbieter von Getränken und Convenience-Produkten brauchen fundierte Konzepte, um ihre Zielgruppen zu erreichen und individuell zu bedienen. Darüber hinaus bieten afrikanische Rohstoffproduzenten Güter für den Export an. Die food & drink technology Africa bot erstmals allen branchenrelevanten Unternehmen eine Plattform zum internationalen Brückenschlag und markierte damit den Start für zahlreiche vielversprechende Kooperationen.

Die food & drink technology Africa gehört zum Netzwerk der Weltleitmesse drinktec in München. Weitere Spin-offs gibt es in Indien und China. Im September bestätigte in Mumbai die drink technology India im Doppelpack mit der International PackTech India zum dritten Mal ihren Ruf als Forum für maßgeschneiderte Lösungen für den indischen Markt und zählte

rund 10.250 Fachbesucher. Auffallend war: Die meisten Aussteller gestalteten ihre Stände deutlich aufwendiger als in den Vorjahren.

Bei der CHINA BREW CHINA BEVERAGE in Peking ist die Messe München seit 2011 Mitveranstalter. Markt und Messe entwickeln sich positiv – und die Aussteller lobten die Veranstaltung im Oktober vor allem für die gute Organisation und die Qualität der Besucher.



MESSE: FOOD & DRINK TECHNOLOGY AFRICA
ORT: GALLAGHER CONVENTION CENTRE, JOHANNESBURG, SÜDAFRIKA



MESSE: DRINK TECHNOLOGY INDIA
ORT: BOMBAY CONVENTION & EXHIBITION CENTER, MUMBAI, INDIEN



Die drinktec ist längst ein internationales Messenetzwerk mit Spin-offs in Indien, Südafrika und China.





WALD. TECHNIK. ENERGIE.

Wo gehobelt wird, da fallen Späne – das war auf der internationalen Leitmesse für Forstwirtschaft und Forsttechnik INTERFORST im Juli mitzerleben. Die Messe findet alle vier Jahre statt und zeigt alles von der Aufforstung über die Holzernte bis hin zum Sägewerk. Seit der ersten Veranstaltung im Jahr 1970 steht die INTERFORST sowohl für forsttechnische „Hardware“ als auch für die zugehörige „Software“ wie Verfahrenstechniken, Arbeitsorganisation und Technikmanagement.

In Zeiten der Energiewende stand 2014 Holz als nachwachsender Rohstoff im Vordergrund, ebenso Technik zum Aufbereiten und Verbrennen von Energieholz. Die nachhaltige und ressourceneffiziente Holznutzung durchzog wie ein roter Faden die gesamte Messe. Auch im Kongress- und Forenprogramm referierten Experten über die Themen Energieholz, die Trends in der Forsttechnik sowie die Potenziale des Marktes.

Von der Aufforstung über die Holzernte bis zum Sägewerk – alle vier Jahre findet die INTERFORST statt.



MESSE: INTERFORST
ORT: MESSE MÜNCHEN



BESTNOTEN FÜR MESSEKONZEPT

Neueste Trends rund um bezahlbaren Luxus, darum drehte sich alles auf der INHORGENTA MUNICH im Februar. Nach einem für die Branche schwierigen Geschäftsjahr spürte die Messe einen merklichen Aufwärtstrend. Mit über 29.000 Besuchern aus 84 Ländern erreichte die INHORGENTA MUNICH das Niveau des Vorjahres. Rund ein Drittel der Besucher reiste aus dem Ausland an. Vor allem das erlebnisorientierte Konzept, die aufwendige Gestaltung der Hallen sowie das hochwertige Seminarprogramm begeisterten die Kunden. Dazu kamen zwei neue Formate: Das „International Pearl Forum“ zog Marktexperten aus aller Welt nach München; beim „Inspiration Lab Symposium“ trafen sich Designer, Wissenschaftler, Künstler und Architekten.

INHORGENTA
MUNICH

MESSE: INHORGENTA MUNICH
ORT: MESSE MÜNCHEN



SPITZENERGEBNIS MIT AUSSTELLERREKORD

Messekonzept mit Knalleffekt: Spektakuläre Live-Demonstrationen und internationales Experten-Know-how sorgten beim Experimentalvortrag „Brände und Explosionen“ auf der analytica 2014 für hohe Aufmerksamkeit. Der Marktplatz und Branchentreff für Labortechnik, Analytik und Biotechnologie widmete in seiner 24. Ausgabe dem Thema Arbeitsschutz eine Sonderschau. Die Kombination von traditionellen und innovativen Messeinhalten bescherte der Fachmesse einen Zuwachs von 14 Prozent bei den Ausstellern und damit einen neuen Rekord. Bei den bereits 2012 eingeführten Live-Labs standen diesmal die Themen Lebensmittelanalytik, Kunststoffanalytik sowie Bio- und Genanalytik im Mittelpunkt. Mit 25 Prozent mehr internationalen Teilnehmern als im Jahr 2012 bestätigte die analytica ihren Charakter als internationale Leitmesse. Das weltweite analytica-Netzwerk ist auch in China sowie in den Zukunftsmärkten Indien und Vietnam vertreten.



MESSE: ANALYTICA
ORT: MESSE MÜNCHEN

Die AUTOMATICA zeigt: Mensch und Maschine arbeiten zunehmend Hand in Hand.



BEITRAG ZUM PRODUKTIONSWANDEL

Deutschland ist im Bereich der Robotik und Automation Vorreiter. Diese herausragende Position demonstrierte die AUTOMATICA 2014 deutlich. Die Messe projizierte ein Bild der Zukunft: Künftig arbeiten Mensch und Maschine Hand in Hand. Vor allem das dienstleistende Gewerbe, so das Credo der Veranstaltung, wird von intelligenten Servicerobotern unterstützt. Im Mittelpunkt der Messethemen standen Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit von Produkten und Services. Zum prognostizierten Wandel leistete die AUTOMATICA unter dem Motto „Optimize Your Production“ einen entscheidenden Beitrag. Mit einer Bilanz von über 32 Prozent mehr Besuchern und sechs Prozent mehr Ausstellern begeisterte die Innovationsplattform in München Menschen aus der ganzen Welt.

AUTOMATICA
OPTIMIZE YOUR PRODUCTION

MESSE: AUTOMATICA
ORT: MESSE MÜNCHEN



FREIZEIT IST FREIHEIT

2.000 Kilometer Küste und rund 1.200 Inseln: Das Partnerland Kroatien stand mit seinen Freizeitangeboten im Mittelpunkt der f.re.e 2014, die einen erneuten Besucherzuwachs erzielen konnte. Die knapp 114.000 Besucher der beliebten Reise- und Freizeitmesse gaben 2014 noch mehr Geld für Urlaub und Freizeit aus als im Vorjahr. Die ersten drei Messtage standen jeweils im Zeichen eines Schwerpunktthemas: Am ersten Tag lag der Fokus auf Reise- und Freizeitangeboten für die Generation 50plus, dann veranstaltete die f.re.e erstmals einen Reisepartner-Treff, bei dem Alleinreisende eine Begleitung für den nächsten Urlaub suchen konnten. Wie schon im Vorjahr gab es einen Tag der Kreuzfahrt. Zu diesen Angeboten kamen viele Neuheiten für Besucher: so beispielsweise der neu gestaltete Fahrradbereich. Dem Thema Fahrrad widmete die f.re.e 2014 erstmals eine ganze Halle: Hier konnten rund 50 Fahrradmarken getestet werden. Auch der Bereich Caravanning und Mobile Freizeit war in Erwartung des Besucherzuwachses erweitert worden.



MESSE: F.RE.E
ORT: MESSE MÜNCHEN

NEUE TECHNOLOGIEN SICHTBAR GEMACHT

Was ist gedruckte Elektronik? Und wer kann von der neuen Technologie profitieren? Diese Fragen beantwortete die 6. Internationale Fachmesse und Kongress für gedruckte Elektronik in München. Mehr als 2.100 Teilnehmer – das ist ein Plus von über 13 Prozent – interessierten sich für das innovative Marktsegment. Die LOPEC 2014 lieferte der Branche den Nachweis, dass das Thema printed electronics zunehmend in Anwendungsindustrien wie Pharmazie, Automotive, Consumer Electronics und Verpackung Einzug hält. Neben konkreten Anwendungen waren 2014 wesentlich mehr Maschinen für die Massenfertigung in Betrieb zu sehen als im Vorjahr. Die Veranstaltung zog vor allem internationale Interessenten an: Mehr als die Hälfte der Besucher kam aus dem Ausland.

LOPEC

MESSE: LOPEC
ORT: MESSE MÜNCHEN



GELUNGENER START IN DIE BIKE-SAISON

Vom Roller bis zur Café Racer, vom Einsteigermodell bis zur individuellen Veredelung: Auf der 21. IMOT – Internationale Motorrad Ausstellung zeigten nicht nur Zweirad-Hersteller, was das Motorradjahr 2014 an neuen Modellen zu bieten hat. Die wichtigste Branchenmesse Süddeutschlands verschaffte ihren Besuchern auch einen umfassenden Überblick über Trends bei Bekleidung, Zubehör, Tuning und Touristik. Besonders publikumsfreundlich: Als einzige der deutschen Motorradmessen bot die IMOT in München auch in ihrem zehnten Jahr kostenlosen beziehungsweise stark reduzierten Eintritt für Fans bis 18 Jahre an. Mehr als 5.000 Jugendliche nahmen dieses Angebot 2014 wahr. Neben einem Überblick über aktuelle Modelle konnten sich die Messegäste bei zahlreichen Spezialbetrieben Anregungen für individuelle Umbauten und Tunings holen. Der Clou für alle, die noch nicht über den passenden Führerschein verfügen: Am Stand einer Fahrschule konnten Besucher kostenlos und unverbindlich ihre ersten Motorradrunden drehen.

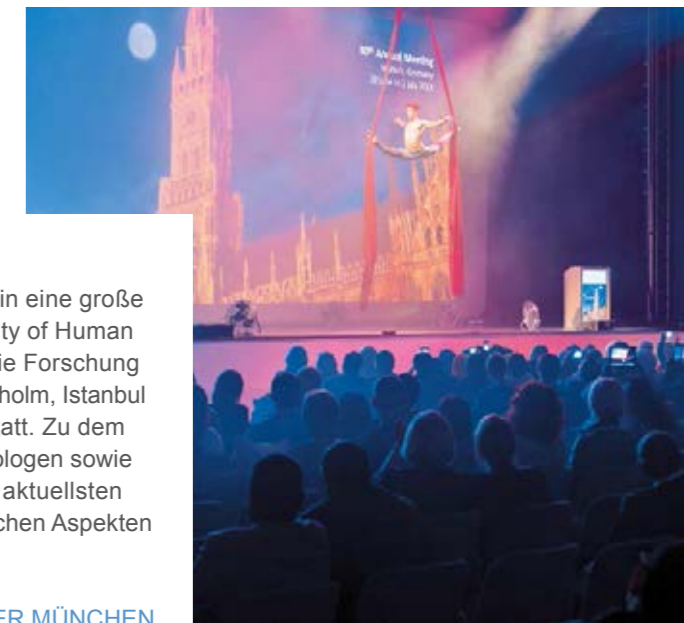
MESSE: IMOT // ORT: MOC VERANSTALTUNGSZENTRUM MÜNCHEN



HOCHKARÄTIGER EXPERTENTREFF

Für viele Paare mit unerfülltem Kinderwunsch stellt Reproduktionsmedizin eine große Hoffnung dar. Die unabhängige Non-Profit-Organisation European Society of Human Reproduction and Embryology (ESHRE) mit Sitz in Belgien unterstützt die Forschung rund um das medizinische Fachgebiet bereits seit 1985. Nach zuletzt Stockholm, Istanbul und London fand das Jahrestreffen der Gesellschaft 2014 in München statt. Zu dem hochkarätigen Kongress reisten rund 9.600 international führende Embryologen sowie Experten benachbarter Forschungsgebiete an, um die Ergebnisse ihrer aktuellsten Studien erstmals der Öffentlichkeit zu präsentieren. Neben wissenschaftlichen Aspekten wurden auch gesellschaftliche wie ethische Erwägungen diskutiert.

MESSE: ESHRE // ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN



TREFFPUNKT FÜR PROFESSIONALS

Shopsoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online-Marketing, Social & Mobil: Das Münchner Top-Event für Experten und Anwender bot 2014 wieder spannende Insights in die neuesten Trends im E-Commerce. Über 300 Aussteller, Sponsoren und Partner präsentierten auf der Internet World München ihre aktuellen Produkte, Lösungen und Dienstleistungen rund um den Themenbereich E-Commerce. Im begleitenden Kongress unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ zeigten exklusive Keynote-Speaker Beispiele aus der Praxis und diskutierten künftige Entwicklungen. Die Internet World München wurde von einem spannenden Rahmenprogramm, unter anderem dem Besuchermagnet Kamin-Zimmer, Start-Up-Treff, Infoarenen und Guided Tours, begleitet.

MESSE: INTERNET WORLD MÜNCHEN // ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN



STRATEGISCHE FASHION-ALLIANZ

Für die Bekleidungs- und Textilindustrie war es die News des Jahres: Die Veranstaltungen PREMIUM ORDER MUNICH und MUNICH FABRIC START bündeln Synergien: Seit dem Sommer 2014 finden beide wichtigen Ordermessen im MOC Veranstaltungszentrum München statt. Für Aussteller und Besucher der PREMIUM ORDER MUNICH eröffnet das die Chance, sich über das eigene Messesegment hinaus zu informieren. Stoffe, die auf der MUNICH FABRIC START präsentiert werden, geben einen Ausblick auf die nächste Saison und bilden die Basis für die Kollektionen auf der PREMIUM ORDER MUNICH.

Das Feedback zur Location fiel ausnahmslos positiv aus: modern, hell, clean, strukturiert, hochwertig wie nie. In der Modebranche gilt München wegen seiner Kaufkraft sowie der Nähe zu Österreich und der Schweiz als wichtiger Knotenpunkt. Das MOC bietet ideale Voraussetzungen für konzentriertes Arbeiten und Gespräche. Besonders gelobt wird das neue Show-in-Show-Konzept: Vertriebsagenturen präsentieren sich dabei auf separaten Flächen, die sich im Standdesign deutlich von den anderen Ständen abheben. Bei den Besuchern setzte die PREMIUM ORDER MUNICH eine neue Rekordmarke und bestätigte damit noch einmal den Standort.

Ebenso die MUNICH FABRIC START: Zweimal jährlich präsentieren hier rund 950 internationale Anbieter von Stoffen, Zutaten, Denim- und Sportswear aktuelle Kollektionen und Fabric Innovations sowie ein breites Angebot an Accessoires. Dies zog rund 20.000 Fachbesucher der Textil- und Bekleidungsbranche an.

MESSE: PREMIUM ORDER & MUNICH FABRIC START // ORT: MOC VERANSTALTUNGSZENTRUM MÜNCHEN



DEN RICHTIGEN TON GETROFFEN

Mit der Leitmesse der Superlative, der HIGH END, ist München der weltweit bedeutsamste Standort für hochwertige Unterhaltungselektronik. Stilvolle Atmosphäre, hochkarätige Produkte und ein wahres Feuerwerk an Neuheiten, das präsentierten die über 450 Aussteller aus 40 Ländern: Die Besucher strömten 2014 in Scharen ins MOC. Moderne Unterhaltungselektronik ist ein Zuschauermagnet, das zeigte nicht zuletzt die Zahl der Besucher: Mit rund 18.000 Gästen wollten zehn Prozent mehr als im Vorjahr das Event hautnah erleben. Das MOC verwandelte sich in ein Paradies für Freunde des Hörgenusses. Im Mittelpunkt standen natürlich hochwertige Musikwiedergabe – analog wie digital – und das Fachsimpeln darüber. Als weltweites Neuheiten-Schaufenster und einzigartige Branchenplattform bildet die HIGH END das gesamte Spektrum der Unterhaltungselektronik ab – 2014 so international wie nie zuvor.

MESSE: HIGH END // ORT: MOC VERANSTALTUNGSZENTRUM MÜNCHEN





ERGEBNISSE AUS DEN MESSEVERANSTALTUNGEN 2014

Messeveranstaltung 2014	Aussteller	Auslandsanteil in %	Besucher	Auslandsanteil in %	Nettofläche in m ²
ANALYTICA	1.168	39	35.384	35	28.788
AUTOMATICA	724	32	39.257	32	28.758
ELECTRONICA	2.725	63	73.189	50	83.900
EXPO REAL	1.655	23	34.189	28	37.393
F.RE.E	1.112	43	113.687	2	34.010
IFAT	3.081	44	135.288	45	148.398
INHORGENTA MUNICH	1.136	47	29.355	30	34.129
INTERFORST	451	36	48.879	16	43.044
ISPO MUNICH	2.556	85	81.032	65	109.886
LOPEC	139	49	2.134	48	1.411
MAINTAIN	214	7	13.558	29	5.408
TRENDSET (Sommer)	1.104	21	33.312	10	50.000
TRENDSET (Winter)	1.100	16	34.409	10	50.000
HEIM+HANDWERK INKL. FOOD & LIFE	1.092	24	125.728	2	35.450
INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE INKL. GARTEN MÜNCHEN	1.007	20	128.918	2	34.930
OPTI	500	46	24.118	26	22.360
Gastveranstaltungen MOC Veranstaltungszentrum München	7.902	-	345.724	-	-
Gastveranstaltungen Messe München	5.361	-	294.693	-	-
ICM – Internationales Congress Center München Kongresse, Tagungen, Events	-	-	125.000	-	-
BAUZENTRUM POING	55	9	84.793	-	-
Gesamt	33.082	47¹⁾	1.802.647	32¹⁾	747.865

1) Auslandsanteil Gesamt bezieht sich nur auf Eigenveranstaltungen der Messe München

MITARBEITER

3.



UNSERE MITARBEITER SIND ES UNS WERT

Die Messe München International startete im Dezember 2006 mit der kostenlosen mobilen Firmenfitness am Arbeitsplatz. 2009 kam das individuelle Gesundheitscoaching hinzu. Inzwischen hat das Unternehmen eine Vielzahl von Angeboten rund um das Thema Gesundheit. Ein Grund dafür sind die hohen Anforderungen an die Mitarbeiter, die die ständig wechselnden Ansprüche im Messegeschäft einfach mit sich bringen. Alle Maßnahmen bieten einen Ausgleich zur Arbeit und tragen zur Steigerung des Wohlbefindens, zum Teamgeist und zur physischen und psychischen Leistungskraft bei.

Ein Gespräch mit Markus Rothermel, Diplom-Sportwissenschaftler und Gesundheitscoach.

Seit neun Jahren coachen Sie „mobil“ die Gesundheit der Mitarbeiter der Messe München International und des MOC Veranstaltungszentrum München mit Fitnessübungen, Bewegungs- und Ernährungstipps. Warum ist Betriebssport sinnvoll?

Zunächst einmal liegt mir am Herzen, allgemein die Sinnhaftigkeit von Bewegung zu vermitteln. Sich bewegen, um gesund zu sein. Nicht um der Leistung oder der Schönheit willen. Der Mensch braucht Bewegung, um seine Gesundheit zu erhalten. Die meisten Menschen sitzen bei ihrer Arbeit. Das kann ich natürlich nicht ändern, aber mit einfachen Bewegungs-Tipps und -Tricks kann man etwas für die Gesundheit tun.

Wie gehen Sie vor? Welche sportlichen und gesundheitsfördernden Maßnahmen wenden Sie an?

In meiner Funktion als Gesundheitscoach und Personal Trainer betreue ich alle Mitarbeiter, vom Hausmeister bis zur Geschäftsführung. Je nach Wunsch oder orthopädischer Problematik führen wir unter vier Augen gezielt zwölf Mal über zwölf Wochen Übungen durch, die ganz individuell auf den jeweiligen Mitarbeiter gesundheitsförderlich zugeschnitten sind. Diejenigen, die den Sport schon in ihr Leben integriert haben, berate ich, wie sie ihren Fitnessplan verbessern können, oder wir erstellen gemeinsam den Trainingsplan für den nächsten Marathonlauf. Ein weiterer Aspekt ist die Gewichtsreduktion. Viele Mitarbeiter möchten ein paar Kilogramm leichter werden. Ich begleite und unterstütze sie bei diesem Vorhaben. Informiere sie wissenschaftlich fundiert – und ja, ich wiege sie regelmäßig. Das gehört einfach dazu.

Aber Sie arbeiten auch in der Gruppe.

Ja. In der sogenannten „mobilen Firmenfitness“. Hier konzentrieren wir uns in Gruppen bis zu 35 Mitarbeitern zweimal wöchentlich eine halbe Stunde auf das Mobilisieren, Kräftigen und Dehnen des Körpers.

Genügt das, um gesund zu bleiben? Oder regen Sie gezielt an, die Übungen auch zu Hause regelmäßig durchzuführen?

Ich bin überzeugt, dass zweimal die Woche eine halbe Stunde ausreicht, um gesund zu bleiben. Das ist mein Credo. Lieber kontinuierlich dranbleiben, als sich extrem auszupeinern. Das bringt nichts. Sie tun Ihrem Körper mehr Gutes, wenn Sie sich regelmäßig ein bisschen bewegen. Man muss nicht unbedingt schwitzen. Deshalb brauchen die Mitarbeiter auch keine Sportkleidung mitzubringen.

Der Betriebssport ist für die Mitarbeiter kostenlos. Welche Intention hat das Unternehmen?

Die Messe München hat ein großes Interesse daran, dass ihre Mitarbeiter gesund bleiben, dass es einen Zusammenhalt innerhalb des Unternehmens gibt und natürlich auch, dass gute Arbeit geleistet wird. Ich denke, das ist ein legitimer Wunsch. Und mit Sicherheit ist das auch ein Ziel dieses betriebssportlichen Angebots. Dabei steht für die Geschäftsführung der Messe aber gleichermaßen die Wertschätzung ihrer Mitarbeiter im Mittelpunkt.

Was bereitet Ihnen ganz persönlich Freude an der Arbeit bei der Messe München?

Ich habe das Gefühl, etwas Sinnhaftes zu tun. Ich gebe den Mitarbeitern mit sehr bodenständigen Tipps und Maßnahmen eine Hilfestellung. Viele bestätigen meine Arbeit und bedanken sich, weil es ihnen nach einer Weile besser geht. Ich sehe die Arbeit als meine Berufung an. Und: Das können Sie mir jetzt glauben oder nicht, ich bin unglaublich gerne bei der Messe München. Unterschiedliche Altersgruppen, viele unterschiedliche Nationalitäten. Mir gefallen der Führungsstil, die Atmosphäre und auch die Vielfalt.



Markus Rothermel (l.) mit dem BAU-Team bei einer gemeinsamen Fitnessübung im Büro. Es macht sichtbar Freude.

Körper und Geist in Balance bringen

Das individuelle Gesundheitscoaching umfasst Elemente aus Rückenschule, Wirbelsäulengymnastik, Rumpfkrafttraining, koordinativem Grundlagentraining und Ausgleichsgymnastik.

Aber damit nicht genug:

Im Laufe des Kalenderjahres bietet die Messe München International ihren Mitarbeitern kostenlose Gesundheitsaktionen an: Dazu gehören zum Beispiel Cardio-Scans, Grippeimpfungen

oder Augentests. Vergünstigte Tarife durch die Kooperation mit Fitness- und Massagestudios sowie ein kostenloser Lieferservice der Ökokiste zur Messe runden das Gesundheitsangebot ab.

Ebenso gibt es einmal in der Woche während der Arbeitszeit eine Stunde „Firmenfitness“. Dafür treffen sich die Mitarbeiter in einem Raum. Daran kann teilnehmen, wer mag. Die Übungen werden in der normalen Arbeitskleidung gemacht.



DIE NEUE bAV: EINE ATTRAKTIVE UND FAIRE LÖSUNG

Geschäftsführung und Betriebsrat haben gemeinsam eine neue betriebliche Altersvorsorge (bAV) ausgearbeitet. Sie wurde als vorbildliches Beispiel mit dem Deutschen bAV-Preis 2015 ausgezeichnet.

Es war ein hartes Stück Arbeit – und nach einigen Jahren des intensiven Verhandels auf mehreren Ebenen kam ein ausgezeichnetes Ergebnis heraus: die neue betriebliche Altersvorsorge der Messe München. Sie wurde im Februar in Berlin mit dem Deutschen bAV-Preis 2015 ausgezeichnet.

„Das ist ein großartiger Erfolg und eine herausragende Auszeichnung für unser Unternehmen und für alle, die daran mitgewirkt haben“, kommentiert Klaus Dittrich den Preis. Der Vorsitzende der Geschäftsführung betont: „Das gilt in ganz besonderer Weise für die Mitarbeiter des Zentralbereichs Personal sowie für den Betriebsrat als auch für die externen Berater.“

Geschäftsführung und Betriebsrat der Messe München hatten intensiv und konstruktiv zusammengearbeitet, um diese Lösung zu ermöglichen. Beide Seiten wurden von unabhängigen fachlichen und arbeitsrechtlichen Experten unterstützt.

Die Ziele:

1. Alle anspruchsberechtigten Mitarbeiter der Messe sollten von einer Altersvorsorge profitieren, die vom Arbeitgeber finanziert wird und die dem Vergleich zur bisherigen ZVK-Versorgung (Zusatzversorgungskasse) standhalten kann.
2. Das neue System sollte zukunftssicher, modern und langfristig finanzierbar sein.

3. Durch den Systemwechsel von einer Leistungszusage zu einer Beitragszusage sollte das Risiko für die Messe reduziert werden.
4. Rechtssicherheit der Lösung.

„Diese neue betriebliche Altersvorsorge ist eine freiwillige Zusatzleistung, die sich für alle lohnt“, betont der Betriebsratsvorsitzende Stefan Ostermeier.

Mit dieser ausgezeichneten betrieblichen Altersvorsorge (bAV) hat die Messe München zum neuen Jahr den gewünschten Systemwechsel eingeleitet. Der Hintergrund: Die Messe ist historisch bedingt ein Mitglied in der ZVK Bayern. Doch der Anteil der dort versicherten Mitarbeiter hat sich im Laufe der Zeit auf weniger als 50 Prozent reduziert. So war eine Lücke entstanden, die adäquat geschlossen werden sollte.

„Das neue Angebot ist insbesondere für diejenigen Mitarbeiter eine Zukunftssicherung, die bislang keine Altersvorsorge durch die Messe München erhielten“, erläutert Dirk Lehmann, Leiter des Zentralbereichs Personal. Auch mit der neuen bAV wird die Messe München weiter Mitglied der ZVK bleiben, selbst wenn der Anteil der bei der ZVK versicherten Mitarbeiter in der Zukunft rückläufig ist.



Das Foto zeigt (von links): Thomas Jasper (Leiter der bAV-Beratung Towers Watson und Co-Moderator), Dirk Lehmann und Jennifer Hader (aus dem Zentralbereich Personal der Messe München) sowie Professor Bert Rürup (Jury-Mitglied und Moderator).

Das zentrale Element der neuen bAV ist eine Beitragsmatrix. Diese orientiert sich daran, wie lange der Mitarbeiter im Unternehmen ist. Damit enthält sie einen dynamischen Beitragssatz und berücksichtigt leistungsbedingte, individuelle Gehaltsanpassungen. Die Mitarbeiter bekommen ein zusätzliches Plus zu ihrem Gehalt: Damit sparen sie für das Rentenalter an – und der Arbeitgeber bezahlt.

„Das System ist so konstruiert, dass es nachhaltig und langfristig Bestand hat und für die Messe finanzierbar ist“, beschreibt es Dirk Lehmann.

„Die von der Messe finanzierte Altersvorsorge ist Teil unseres Vergütungssystems und damit auch ein wesentlicher Baustein unserer Personalstrategie“, schildert Dirk Lehmann: „Sie unterstützt uns, unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter auszubauen.“ Es ist nicht überall üblich, dass Arbeitgeber in die Altersvorsorge ihrer Mitarbeiter aktiv mit einzahlen. Lehmann: „Für ein mittelständisches Unternehmen wie die Messe München ist das ein wichtiges Element, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu behalten.“

Der Deutsche bAV-Preis 2015 für vorbildliche bAV-Projekte wurde im Februar 2015 im Rahmen des „Zukunftsmarkts Altersvorsorge“ in Berlin übergeben. „Eine tolle Gesamtlö-

sung für alle Mitarbeiter“, befand die Fach-Jury: Die hohe Zustimmungquote von fast 100 Prozent sei „durchaus beeindruckend“. Und: „Jetzt haben Mitarbeiter eine Vorsorge, die vorher komplett unversorgt waren.“ Ein Markenzeichen der ausgezeichneten Projekte sei es, dass sie „in sehr unterschiedlicher Weise eine wichtige Brücke zwischen Kosten- und Risikointeressen der Unternehmen und den Bedürfnissen ihrer Mitarbeiter“ schlagen.

„Das ist eine großartige Würdigung unserer neuen bAV-Lösung“, sagen alle, die daran beteiligt waren. „Das Ergebnis kann sich sehen lassen“, stellt Klaus Dittrich heraus: „Es ist eine attraktive, faire und zukunftsfähige Vorsorgelösung für alle Mitarbeiter.“

50 JAHRE MESSE MÜNCHEN

Fünf Jahrzehnte, eine eindrucksvolle Geschichte: von der Theresienhöhe über Riem und Shanghai zu einem der weltweit führenden Messeveranstalter. Das musste gefeiert werden.



„50 YEARS SPREADING IDEAS“ war das Motto der Gala, mit der die Messe München im Juni ihren Geburtstag feierte. Die Gäste im ICM gingen während des Abends auf eine Ideenreise, die ihren Ausgang am Messeplatz München hatte und die wichtigen Stationen der Unternehmensgeschichte samt Internationalisierung streifte. Viele Menschen, die eng mit der Messe München verbunden sind, waren da, darunter Staatsministerin Ilse Aigner, Oberbürgermeister Dieter Reiter, die Präsidenten der beiden Wirtschaftskammern, Heinrich Traublinger und Dr. Eberhard Sasse, Altoberbürgermeister Hans-Jochen Vogel, mehrere ehemalige Geschäftsführer und viele Kunden und Partner aus aller Welt. Es war ein schöner, bunter Abend voller inspirierender Momente.

Die Messe München hat ihren Geburtstag auch in die Stadt hineingetragen. Sie hat weiße Bänke anfertigen lassen, die den ganzen Sommer über kreuz und quer durch München

zogen, zu Festivals und Veranstaltungen am Flughafen, in den Tierpark bis hin zum Tollwood. Damit verbunden war ein Fotowettbewerb, der auf die Website historie.messe-muenchen.de führte. Diese stellt bunt, kurzweilig und informativ die Geschichte der Messe München dar – eine Zeitreise, die anzuschauen sich lohnt.

Auch das gesamte Messteam hat den 50. Geburtstag gebührend gefeiert. Bei einem sportlichen Sommerfest im Freizeitpark Aschheim ließen die Mitarbeiter Hunderte von blauen Ballons in den Himmel steigen, mit Karten, die auf das Jubiläumsjahr hinwiesen. Über 50 Karten kamen zurück mit Glückwünschen an die Messe München – die meisten aus dem Allgäu, Tirol, Vorarlberg oder der südlichen Schweiz. Der am weitesten gereiste Ballon flog ganze 437 Kilometer bis nach Locarno im Tessin. „Connecting people“ einmal anders.



Hunderte von blauen Ballons ließen die Mitarbeiter anlässlich des Geburtstags bei einem Sommerfest in den Himmel steigen. Über 50 der daran befestigten Karten kamen mit Glückwünschen zum Jubiläum zurück.



Eine Bank, ein Fotowettbewerb: Lebensfroh, kreativ und akrobatisch waren viele Motive der Jubiläumsaktion.

Gastgeber Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung, eröffnete den festlichen Abend, der die Gäste auf eine Ideenreise rund um den Globus führte.

EIN WARMES DANKESCHÖN

Als Dank im 50. Messe-Geburtsjahr bekamen die Mitarbeiter in München eine schicke, warme Daunenjacke geschenkt. Sehr gerne und oft getragen sah man sie den ganzen Winter über, wenn Kollegen ins und aus dem Messehaus liefen.



JAHRESABSCHLUSS

4.



LAGEBERICHT UND KONZERNLAGEBERICHT 2014

Messe München GmbH, München

I. Geschäftsverlauf Messe München GmbH

Die **Geschäftstätigkeit** der Messe München GmbH erstreckt sich unverändert im Wesentlichen auf die Weiterentwicklung, den Betrieb und den Unterhalt der Messe München, des ICM – Internationales Congress Center München (nachfolgend „ICM“ genannt) und des MOC Veranstaltungs- und Ordercenter München (nachfolgend „MOC“ genannt) sowie die Durchführung von Messeveranstaltungen im In- und Ausland. Spezialbereiche (z. B. Standbau) sowie Auslandsaktivitäten (teilweise Vertrieb sowie Messedurchführungen) werden über Beteiligungsgesellschaften abgewickelt.

2014 war für die **Messe München GmbH** (nachfolgend „MMG“ genannt) turnusbedingt ein normales Messejahr. 1.082.647 Besucher kamen zu den Veranstaltungen am Standort München (einschließlich ICM, MOC und Bauzentrum Poing). 33.082 Aussteller präsentierten hier ihre Produkte und Dienstleistungen. Das Messegelände wurde flächenmäßig elfmal umgeschlagen. An den **Eigenveranstaltungen der Messe München** nahmen insgesamt 17.165 Aussteller und 673.673 Besucher teil. 517.502 m² Standfläche wurden vermietet.

Die Eigenveranstaltungen am Standort München entwickeln sich weiterhin besser als der Marktdurchschnitt. Nach den vorläufigen Daten des Messedachverbands AUMA verzeichnete der **Messeplatz Deutschland** 2014 ein leichtes Wachstum. Die **Ausstellerzahlen** stiegen um rund 1 Prozent gegenüber den vergleichbaren Vorveranstaltungen. Mit 3,9 Prozent wuchsen die Ausstellerzahlen der Veranstaltungen der Messe München gegenüber den vergleichbaren Vorveranstaltungen deutlich stärker. Deutschlandweit nahmen die **Beteiligungen aus dem Ausland** mit einem Zuwachs von 3 Prozent erneut stärker zu als die Inlandsbeteiligungen. Bei den Veranstaltungen der Messe München erhöhten sich die Beteiligungen aus dem Ausland sogar um 7,5 Prozent. Am Messeplatz Deutschland blieb die **vermietete Standfläche** 2014 gegenüber den Vorveranstaltungen konstant. Dagegen wuchs bei den Veranstaltungen der Messe München die vermietete Standfläche um 3,8 Prozent.

Die Zahl der **Messebesucher** stieg deutschlandweit um 1 Prozent, während die Messe München bei den Besucherzahlen 7,6 Prozent zulegen konnte. Damit erhöhte die Messe München im Jahr 2014 erneut ihren Marktanteil.

Gleichzeitig trug weiterhin das von der Geschäftsführung in 2010 aufgesetzte und seitdem ständig weiterentwickelte Effizienz- und Wachstumsprogramm SPEED zum wachsenden Geschäftserfolg bei. In dessen Fokus steht die erhöhte Wirtschaftlichkeit des Unternehmens in Form steigender Umsätze bei gleichzeitig hoher Kostendisziplin. Zudem hat das wachsende Auslandsengagement des Unternehmens zu einem im Vergleich zum allgemeinen deutschen Messemarkt überproportionalen Anstieg der Beteiligungen aus dem Ausland geführt.

Nach der Beschlussfassung des Aufsichtsrates im Juni 2014 zur **Neuregelung der betrieblichen Altersvorsorge** (bAV) konnte die Geschäftsführung in der zweiten Jahreshälfte den bislang nicht mit einer Altersvorsorgelösung über die Zusatzversorgungskasse der bayerischen Gemeinden (ZVK) versehenen Mitarbeitern ein Angebot unterbreiten. Dies ist ein wichtiger Beitrag zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität und hat zudem einen entscheidenden Systemwechsel eingeleitet. Die bisherige Versorgungszusage über die ZVK wird in den nächsten Jahren auslaufen. Mit dem neuen Modell einer Beitragszusage hat die Messe München ein modernes bAV-System geschaffen, das für das Unternehmen das finanzielle Risiko in der Zukunft reduziert und zudem erhebliche Kosteneinsparungen realisiert. Sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Messe München wird damit ein Beitrag zur Zukunftssicherung geleistet. Zentrales Element der neuen arbeitgeberfinanzierten bAV-Lösung ist die Beitragsmatrix. Sie belohnt einerseits Betriebszugehörigkeit und schafft Mitarbeiterbindung. Andererseits wird auch die individuelle Leistung honoriert, indem sich der monatliche Beitrag aus dem Gehalt errechnet. Der Messe München Altersvorsorge Plan wurde im Februar mit dem deutschen bAV-Preis 2015 in der Kategorie Mittelstand ausgezeichnet.

Insgesamt kann die Messe München auf ein erfolgreiches Messejahr 2014 zurückblicken. Die meisten durchgeführten Messen steigerten Aussteller-, Besucherzahl und Internationalität und übertrafen die Planansätze zum Teil deutlich.

Die **ISPO MUNICH** belegte wie bereits in den Vorjahren die gesamte Hallenfläche des Messegeländes. Mit 2.556 Ausstellern (+ 5 %) aus 48 Ländern konnte sie einen neuen Ausstellerrekord vermelden. Rund 81.000 Fachbesucher aus 123 Ländern festigten die Rolle der ISPO MUNICH als weltweit führende Plattform der gesamten Sport- und Fitnessbranche. 65 Prozent der Fachbesucher kamen aus dem Ausland.

Die **INHORGENTA MUNICH** 2014 konnte trotz angespannter Branchensituation mit 1.136 Ausstellern (– 5 %) aus 42 Ländern ihre Bedeutung als internationale Leitmesse für bezahlbaren Luxus bestätigen. Über 29.000 Fachbesucher (– 1 %) aus 84 Ländern nutzten die INHORGENTA als Order- und Kommunikationsplattform für Hersteller und Fachhändler von Schmuck, Uhren und Accessoires.

Die Reise- und Freizeitmesse **f.re.e** verzeichnete mit 1.112 Ausstellern (+ 3 %) aus 59 Ländern und knapp 114.000 Besuchern (+ 2 %) einen Zuwachs gegenüber dem Vorjahr. Die vermietete Ausstellungsfläche konnte um 6 Prozent auf knapp 27.000 m² gesteigert werden.

1.168 Aussteller (+ 14 %) aus 40 Ländern präsentierten auf der im Zweijahresturnus stattfindenden **analytica** ihre Produktinnovationen aus den Bereichen Labortechnik, Analytik und Biotechnologie. Über 35.000 Fachbesucher (+ 16 %) aus 116 Ländern kamen trotz eines Pilotenstreiks nach München.

Auf der ebenfalls alle zwei Jahre stattfindenden **IFAT** haben 3.081 (+ 5 %) Aussteller aus 59 Ländern und über 135.000 Fachbesucher (+ 9 %) aus 168 Ländern für einen neuen Rekord gesorgt. Die Weltleitmesse für Umweltechnologien belegte alle Hallen des Messegeländes.

An der internationalen Fachmesse und Konferenz für gedruckte Elektronik **LOPEC** beteiligten sich 139 (+ 26 %) Aussteller aus 18 Ländern. 2.134 Teilnehmer (+ 13 %) aus 40 Ländern kamen zur LOPEC ins ICM.

Zur **AUTOMATICA** 2014 kamen über 39.000 Fachbesucher (+ 32 %) aus 100 Ländern. 724 Aussteller (+ 6 %) aus 42 Ländern nutzten die weltweit führende Plattform, um ihre Innovationen zur Automatisierung von Produktionsprozessen vorzustellen.

Erstmals fand die bisher im MOC beheimatete **maintain** parallel zur AUTOMATICA auf dem Münchner Messegelände statt. Ein starker Anstieg der Zahl der Besucher (13.558, + 303 % im Vergleich zur Vorveranstaltung), aber auch der Aussteller (214, + 6 %) belegt, dass der Umzug der Messe für industrielle Instandhaltung eine gute Entscheidung war.

491 Aussteller (+ 9 %) aus 27 Ländern und rund 49.000 Fachbesucher (– 2 %) aus 72 Ländern haben die im Vierjahresturnus stattfindende **INTERFORST** zu einem großen Erfolg gemacht. Bei der führenden Messe der Forstbranche nahm nicht nur die vermietete Standfläche in zwei Hallen um 15 Prozent auf rund 40.000 m² zu; auch rund 35.000 m² Freifläche wurden zur Präsentation forsttechnischer Innovationen genutzt.

Auf der **EXPO REAL**, der internationalen Fachmesse für Immobilien und Investitionen, erhöhte sich die Zahl der Teilnehmer gegenüber dem Vorjahr um rund 2,5 Prozent auf 36.900. Der Zuwachs kam vor allem aus dem Ausland. Die Zahl der Aussteller entsprach mit 1.655 dem Niveau des Vorjahres.

2.725 Aussteller (+ 2 %) aus 52 Ländern präsentierten mehr als 73.000 Besuchern aus 90 Ländern ihre Produkte und Technologien auf der **electronica**. Der weltweit größte Branchentreff der Elektronikindustrie feierte 2014 wie die Messe München ihren 50. Geburtstag. Mehrere Hundert Teilnehmer besuchten die parallel zur electronica stattfindenden Konferenzen wie die IT2Industry Conference, die embedded platforms conference und die electronica automotive conference.

Zu den **Gastveranstaltungen** auf dem Gelände der Messe München konnten nach Angaben der Veranstalter insgesamt knapp 295.000 Besucher begrüßt werden (ohne Veranstaltungen der Gesellschaft für Handwerksmessen). Die an Gastveranstalter vermietete Bruttofläche wurde gegenüber dem Vorjahr um 20 Prozent auf 468.000 m² gesteigert.

Die Messen, die die Gesellschaft für Handwerksmessen auf dem Münchner Messegelände durchführt, können auf ein erfolgreiches Jahr 2014 zurückblicken. Auf der **opti**, internationale Fachmesse für Augenoptik, wurden mehr als 24.100 Fachbesucher aus 83 Ländern von 500 Ausstellern willkommen geheißen. Die **Internationale Handwerksmesse** und ihre über 1.000 Aussteller aus 27 Ländern zogen fast 129.000 Besucher an. Auf der **Heim+Handwerk** (inkl. **FOOD & LIFE**) besuchten rund 126.000 Besucher den 1.092 Ausstellern aus 33 Ländern gute Geschäfte.

Das **ICM** hat die Erwartungen 2014 mit 85 Veranstaltungen, rund 125.000 Besuchern und einem Rekordumsatz übertroffen.

Zu diesem hervorragenden Ergebnis hat unter anderem der größte europäische Kongress der Lungenmediziner ERS beigetragen, der das komplette ICM und vier Messehallen belegte. Aber auch die erfolgreiche Vermarktung von Zusatzleistungen und Services durch intensive Beratung der Kunden hat die Umsatzerwartungen übertroffen.

Auch das MOC Veranstaltungszentrum war ganzjährig gut gebucht und zählte 95 Veranstaltungen mit insgesamt über 345.000 Besuchern. Zu den vielen langjährigen Stammkunden wie der Stofffachmesse MUNICH FABRIC START oder der Leitmesse der hochwertigen Unterhaltungsindustrie HIGH END gesellten sich 2014 neue Veranstaltungen wie die Modefachmesse Premium und die jobbörse. Das MOC Ordercenter ist mit einer Vermietquote von 99 % weiterhin sehr erfolgreich.

Im BAUZENTRUM POING, Bayerns größter Eigenheimausstellung, informierten sich 2014 rund 85.000 Besucher in 55 voll möblierten Musterhäusern und zahlreichen Fachvorträgen über innovative Angebote und Lösungen im Bereich Bauen und Wohnen.

II. Geschäftsverlauf Konzern

Vor allem wegen der turnusmäßig stattfindenden **bauma China** war 2014 für die asiatischen Beteiligungsgesellschaften der MMG ein vom Veranstaltungskalender her starkes Messejahr.

Als wichtigste Plattform für das Sports Business in Asien erwies sich erneut die **ISPO BEIJING**. Im China National Convention Center in Beijing präsentierten 431 Aussteller (+ 4 %) knapp 30.000 Fachbesuchern (+ 6 %) ihre Produkte und Innovationen.

Im Februar fand erstmals unter der Regie von MMI India die **Indian Ceramics** in Ahmedabad statt und erreichte mit 122 Ausstellern und über 5.500 Besuchern einen beachtlichen Enderfolg.

Die **electronica & productronica China** ist mit 868 Ausstellern (+ 29 %) aus 18 Ländern und rund 51.500 Besuchern (+ 9 %) aus 43 Ländern gegenüber der Vorjahresveranstaltung wiederum deutlich gewachsen.

Im März hat die Messe München in Johannesburg die erste **food & drink technology Africa** mit 84 Ausstellern und 1.100 Fachbesuchern organisiert.

Eine weitere Premiere war die **seismic safety** in Istanbul. Zu dieser neu entwickelten Fachmesse zur Erdbebensicherheit kamen 90 Aussteller und über 1.500 Besucher.

Die von einem Joint Venture von MMI Shanghai mit Shanghai ZM International Exhibition Co. Ltd. veranstaltete **IE expo** belegte vier Hallen des Shanghai New International Expo Centre (SNIEC). Die Messe zog 880 Aussteller (+ 6 %) aus 23 Ländern und über 38.000 Besucher (+ 31 %) aus 69 Ländern an. Die IE expo stärkte somit ihre führende Position unter den Umweltmessen in China und Asien.

Die 2012 mit dem chinesischen Partner China National United Equipment Group Corp. begonnene Kooperation bei der **CHINA BREW CHINA BEVERAGE** wurde 2014 erfolgreich fortgesetzt. Im September kamen 708 Aussteller und über 52.000 Besucher zu Chinas größter Fachmesse der Getränkeindustrie ins China New International Exhibition Center in Beijing.

Die **bauma China** hat Ende November auf dem Gelände des SNIEC in Shanghai erneut alle Erwartungen übertroffen. Trotz schwieriger Markt- und Branchenlage für die Baumaschinenindustrie stieg die Zahl der Aussteller um 14 Prozent auf 3.098 und die der Besucher um 7 Prozent auf rund 190.000. Erneut war das Messegelände in Shanghai mit 300.000 belegten Quadratmetern komplett ausgebucht.

Die dritte Ausgabe der gemeinsam mit dem US-amerikanischen Verband AEM / Association of Equipment Manufacturers veran-

stalteten **BAUMA CONEXPO SHOW – bc INDIA** hat im Dezember 634 Aussteller aus 25 Ländern und mehr als 26.000 Fachbesucher angezogen und sich damit weiter im Markt etabliert.

Die positive Entwicklung des Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), an dem die MMG über die GEC GmbH mit 16,6 Prozent beteiligt ist, hielt auch im Jahr 2014 unvermindert an.

Die MMG-Tochtergesellschaften **IMAG** und **MEPLAN** erwirtschafteten 2014 ein positives Jahresergebnis.

Die **Trendset GmbH**, an der die MMG seit 2012 eine Mehrheitsbeteiligung hält, veranstaltet am Messeplatz München zweimal jährlich die **TRENDSET** mit **BIJOUTEX**. Wie bereits in den Vorjahren entwickeln sich die beiden Veranstaltungen weiterhin gut. Die Trendset GmbH hat 2014 einen Jahresüberschuss erzielt.

III. Wesentliche finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Zur **Steuerung des Unternehmens** ist ein umfangreiches Berichtswesen sowohl auf Unternehmens- und Konzernebene als auch für die einzelnen Messeprojekte implementiert. Quartalsweise werden alle Ist- und Prognosewerte für das betreffende Wirtschaftsjahr (Umsätze, Kosten, Investitionen) bei der MMG und den Beteiligungen erfasst und den Planwerten gegenübergestellt. Ferner werden für die einzelnen Messeveranstaltungen Kennzahlen z. B. zur Kundenzufriedenheit, Rentabilität auf Deckungsbeitragsbasis, Auslandsanteile etc. ermittelt und gegen die Zahlen der Vorveranstaltungen und die Planwerte gespiegelt. Die Steuerung der Projekte erfolgt SAP-unterstützt in Form von Kostenträgerrechnungen, die Steuerung der Zentralabteilungen auf Kostenstellenbasis.

IV. Lage des Unternehmens und des Konzerns

a) Ertragslage der Messe München

Die geplanten Umsatz- und Ertragsziele für das Jahr 2014 konn-

Die wesentlichen **Kennzahlen** für das Geschäftsjahr 2014 stellen sich wie folgt dar:

	2014	VORJAHR
Umsatz Messe München GmbH	223,7 Mio. EUR	309,5 Mio. EUR
Jahresergebnis vor Gesellschafterdarlehenszinsen	30,4 Mio. EUR	37,0 Mio. EUR
EBITDA	68,8 Mio. EUR	112,9 Mio. EUR
Konzernumsatz	309,4 Mio. EUR	353,0 Mio. EUR
Konzernjahresüberschuss	25,7 Mio. EUR	3,2 Mio. EUR
Konzern-EBITDA	106,7 Mio. EUR	120,1 Mio. EUR
Aussteller Messegelände (MMG-Veranstaltungen)	17.165	20.381
Besucher Messegelände (MMG-Veranstaltungen)	673.673	1.289.179
Belegte Ausstellungsfläche MMG gesamt	2.230.447 m²	2.724.250 m²

ten deutlich übertroffen werden. Die Umsatzerlöse betrugen 223,7 Mio. EUR. Wie im Vorjahr wurde ein ausgeglichenes Jahresergebnis erzielt. Die Gesellschafterdarlehen der Gesellschafter Landeshauptstadt München und Freistaat Bayern können erneut verzinst werden. Nach einem Betrag von 37,0 Mio. EUR im Vorjahr können für das Jahr 2014 30,4 Mio. EUR Zinsen gezahlt werden.

Den **Umsatzerlösen** von 223,7 Mio. EUR (Vj. 309,5 Mio. EUR) standen den Veranstaltungen direkt zurechenbare **Kosten** von 85,8 Mio. EUR (Vj. 114,5 Mio. EUR) gegenüber. Es wurde ein Veranstaltungsergebnis in Höhe von 137,9 Mio. EUR (Vj. 194,9 Mio. EUR) erzielt.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** von 16,9 Mio. EUR (Vj. 1,9 Mio. EUR) resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen. Einen Sondereffekt stellt die Auflösung einer zum Zweck der Neuausrichtung der betrieblichen Altersvorsorge gebildeten Rückstellung in Höhe von 14,2 Mio. EUR dar.

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl stieg von 603 auf 621 Mitarbeiter. Der **Personalaufwand** sank von 45,9 Mio. EUR im Vorjahr auf 43,4 Mio. EUR infolge geringerer Ausgaben für die betriebliche Altersvorsorge.

Die **Abschreibungen** auf immaterielle Wirtschaftsgüter und Sachanlagen beliefen sich kaum verändert auf 34,8 Mio. EUR (Vj. 34,1 Mio. EUR).

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** beliefen sich auf 38,1 Mio. EUR (Vj. 62,3 Mio. EUR – Sondereffekt Rückstellungsbildung Altersvorsorge, s. o.). Sie sind maßgeblich durch die Aufwendungen im Baubereich in Form von Renovierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen geprägt.

Der **Zinsaufwand** sank gegenüber dem Vorjahr um 16,3 Mio. EUR auf 37,8 Mio. EUR. Der Rückgang ist im Wesentlichen zurückzuführen auf die im Vergleich zum Vorjahr etwas gerin-

geren Zinszahlungen auf Gesellschafterdarlehen, die deutlich gesunkene Zinsbelastung aus Darlehen Dritter sowie die im Jahr 2013 angefallenen Vorfälligkeitszinsen im Zuge einer Umschuldung.

An **Ertragssteuern** fiel im Geschäftsjahr 2014 ein Betrag von 1,7 Mio. EUR an. Die sonstigen Steuern betreffen überwiegend Grundsteuern und pauschale Lohnsteuern.

b) Vermögens- und Finanzlage der Messe München

Die Bilanzsumme verringerte sich von 1.102 Mio. EUR auf 1.045 Mio. EUR. Auf der **Aktivseite** ging das Anlagevermögen um 24,3 Mio. EUR auf 961,0 Mio. EUR zurück. Das Umlaufvermögen sank um 32,3 Mio. EUR auf 83,0 Mio. EUR. Dabei fällt insbesondere das auf 66,1 Mio. EUR gesunkene Guthaben bei Kreditinstituten ins Gewicht.

Auf der **Passivseite** blieb das Eigenkapital mit 185,4 Mio. EUR unverändert. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten konnten um 41,2 Mio. EUR auf 195,0 Mio. EUR zurückgeführt werden. Die sonstigen Rückstellungen sanken von 71,4 Mio. EUR auf 34,4 Mio. EUR. Die erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen stiegen turnusbedingt um 26,0 Mio. EUR auf 49,3 Mio. EUR.

Die Liquidität war auch im Geschäftsjahr 2014 jederzeit sichergestellt. Der Finanzmittelfonds sank gegenüber dem starken Messejahr 2013 um 32,4 Mio. EUR.

c) Lage des Konzerns

Die Außenumsätze der konsolidierten Beteiligungsgesellschaften im Konzern betragen 69,7 Mio. EUR und liegen deutlich über Vorjahresniveau (35,3 Mio. EUR), da im Jahr 2014 die in Shanghai im Zweijahresrhythmus durchgeführte Messe BAUMA CHINA stattfand. Es wurde ein Konzernjahresüberschuss von 25,7 Mio. EUR (Vorjahr: 3,2 Mio. EUR) erwirtschaftet. Das Konzernergebnis resultiert überwiegend aus dem Ergebnis von MMI (Shanghai) Co., Ltd. Die Ergebnisse der Konzerninlands-

beteiligungen MEPLAN und IMAG sind über Ergebnisabführungsverträge, die Ergebnisse von Trendset und GEC über Ausschüttungen in der Gewinn- und Verlustrechnung der MMG enthalten.

Die Vermögens- und Finanzlage des Konzerns ist im Wesentlichen durch die vorbeschriebene Lage der Messe München geprägt.

V. Nachtragsbericht

Wesentliche Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluss des Geschäftsjahres waren nicht zu verzeichnen.

VI. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung sowie Risikomanagement

Bei der MMG ist ein **Risikomanagementsystem** installiert. Durch dieses Risikomanagementsystem werden die für die Messe München und die Beteiligungsgesellschaften relevanten Entwicklungen erfasst. Die erforderlichen Gegensteuerungs- und Ausgleichsmaßnahmen können jederzeit eingeleitet werden.

Die allgemeine Risikolage wird jährlich neu analysiert und bewertet. Die generelle Risikosituation hat sich gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert. Gegen die üblichen Geschäftsrisiken sind Sach- und Haftpflichtversicherungen mit vertretbaren Selbstbeteiligungen im gebotenen Umfang abgeschlossen. Gegen Risiken, deren Eintritt äußerst unwahrscheinlich ist, die aber in der All-Risk-Gebäudeversicherung eingeschlossen (z. B. Erdbeben) oder die gesondert abgesichert werden können (z. B. Terrorgefahr, Enteignung von Vermögen im Ausland), ist keine Vorsorge getroffen.

Die größten **konjunkturellen Risiken** bleiben die wirtschaftlichen Folgen der Ukraine-Krise, die im Sommerhalbjahr 2014 auch zu einer Stagnation der deutschen Wirtschaft geführt hatten, sowie ein mögliches neues Aufkeimen der europäischen Finanzkrise, falls es der griechischen Regierung nicht

gelingt, ihren Staatshaushalt durch eine effektive Reformpolitik zu konsolidieren. Bei einem Konjunkturabschwung wären Auswirkungen auf das Messegeschäft zu erwarten, da Unternehmen in der Folge von Auftragsrückgängen in der Regel auch ihre Kosten für Messebeteiligungen reduzieren. Insgesamt hat die Europäische Wirtschaft durch den gefallen Ölpreis und den günstigen Eurokurs zuletzt allerdings spürbare, zumindest kurz- bis mittelfristig wirksame Wachstumsimpulse erhalten.

Mehrere Messen (BAU, bauma, ISPO, IFAT) stoßen auf Basis der derzeitigen Prognosen an die **Gesamtkapazität des Geländes**. Bei diesen Messen wird ein weiteres nachhaltiges Wachstum erwartet. Wenn aber entsprechende Nachfrage flächenmäßig nicht bedient werden kann, droht Substanzverlust bei Ausstellern bzw. Gefahr der Abspaltung einzelner Themen und deren Etablierung an anderen Messestandorten. Die MMG wird dieser Entwicklung mit dem Neubau der Hallen C5 und C6 entgegenwirken.

Der generelle wirtschaftliche Druck intensiviert den **Wettbewerb** um Themen, Gast- und Kongressveranstaltungen sowie den Kauf von Messen. Gast- und Kongressveranstaltungen werden von anderen Messe- und Kongressplätzen unverändert Dumpingangebote unterbreitet, in denen der Anteil der Flächenmieten immer geringer wird. Die Messe München hat sich auch 2014 in diesem verschärften Wettbewerb um Gastveranstalter erfolgreich behauptet.

Weitere Chancen ergeben sich durch die im Rahmen des **SPEED-Programms** verfolgte Effizienz- und Wachstumsstrategie, z. B. durch das Wachstum in bestehenden und neuen Märkten im In- und Ausland, die Verbesserung von Servicequalität und Kundenorientierung sowie die Steigerung von Effizienz und Innovationskraft.

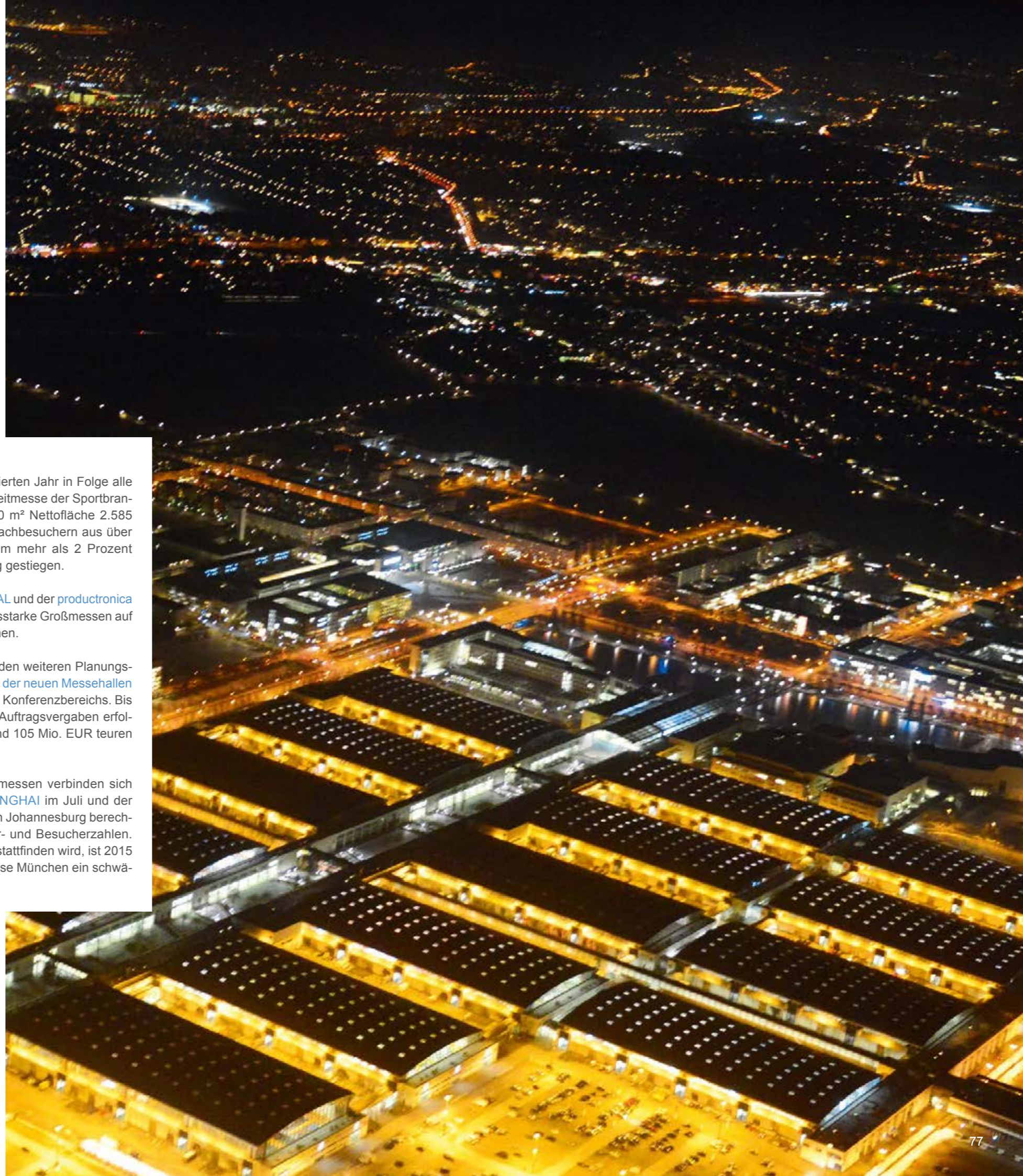
Bei den **Leitmessen** ergeben sich Chancen für einen Flächenausbau durch die Weiterentwicklung bestehender bzw. das Andocken neuer Themen. Darüber hinaus soll vermehrt durch

strategische Zukäufe das nationale und internationale Portfolio der Messe München ergänzt bzw. ausgebaut werden.

Zur Effizienzsteigerung hat die Geschäftsführung der Messe München 2013 beschlossen, die bisher meist manuellen und je Projektleitung individuellen Arbeitsgänge im Kunden- und Ausstellermanagement zu standardisieren, zu optimieren und zu automatisieren. Zur effektiven und effizienten Umsetzung dieses Vorhabens wurde das Programm „**Business to IT**“ mit über 20 Einzelprojekten aufgesetzt und in 2014 mit der Verabschiedung der Lastenhefte für das Programm fortgeführt. Erste Maßnahmen wie die Einführung eines neuen Webshop-Systems für die BAU 2015 und die LASER 2015 sind bereits erfolgt.

Mit der Neuordnung der **betrieblichen Altersversorgung** (bAV) 2014 und einer Annahmequote von 99,9 % der berechtigten Mitarbeiter ist es gelungen, ein erhebliches finanzielles Risiko (das allerdings durch angemessene Rückstellungen abgesichert war) nahezu vollständig auszuschließen. Das Risiko der Geltendmachung möglicher Ansprüche durch Mitarbeiter, die bislang keine bAV hatten, ist damit weitestgehend ausgeräumt.

Bei der MMG existiert eine **Compliance-Organisation** mit den Funktionen eines internen Compliance Directors, eines internen Compliance-Officers sowie eines externen Ombudsmanns. Hierdurch soll die Einhaltung der gleichzeitig in Kraft getretenen „Compliance Policy“ mit den wichtigsten Verhaltensregeln sichergestellt werden. Neben der Aufdeckung von Fehlverhalten und der Herbeiführung einer Reaktion darauf wird präventiv die Funktionsfähigkeit der bestehenden internen Systeme zur Vermeidung von Regelverstößen überprüft und ggf. Verbesserungen angeregt. 2014 wurde eine Beschreibung des Compliance Management Systems erstellt. In dieser Beschreibung sind die Grundelemente des Compliance Management Systems (Kultur, Ziele, Organisation, Risiken, Programm, Kommunikation, Überwachung und Verbesserung) im Einzelnen dargestellt. Das Compliance-System wird 2015 insbesondere im Hinblick auf die Auslandsgesellschaften weiter optimiert.



Im **Beteiligungsbereich** ergeben sich derzeit finanzielle Risiken, die auf der aktuellen konjunkturellen Schwächephase in verschiedenen Schwellenländern beruhen sowie aufgrund teilweise starker Wechselkursanpassungen. Hiervon betroffen sind vor allem die Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in Indien, Südafrika und der Türkei. MMI India, MMI South Africa und bC Expo South Africa weisen negative Jahresergebnisse aus. Diese Entwicklung hat zu einem zusätzlichen Kapitalbedarf bei MMI India und bC Expo India sowie bei MMI Eurasia geführt.

Hingegen entwickelte sich die **bauma China** zur flächenmäßig weltweit zweitgrößten Messe. Mit einem DB 1 von rund 32 Mio. EUR gehört sie inzwischen auch finanziell zu den wichtigsten Messen im Portfolio des MMG-Konzerns. Vom Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) erhielt die MMG über ihre Beteiligungsgesellschaft GEC in 2014 ihre dritte Gewinnausschüttung von rund 3,5 Mio. EUR. Aufgrund des hohen Beteiligungsergebnisses konnte auch die MMI Asia Pte. Ltd. in Singapur ein positives Ergebnis von rund 10,8 Mio. EUR erzielen.

Die MEPLAN konnte sich im zunehmend wettbewerbsintensiven Standbaugeschäft gut behaupten und im Geschäftsjahr 2014 wie die IMAG und die Trendset GmbH ein positives Jahresergebnis erzielen.

VII. Voraussichtliche Entwicklung

2015 ist für die Messe München turnusgemäß erneut ein normales Messejahr. Es wird mit Umsätzen von rund 213 Mio. EUR und einem ausgeglichenen Ergebnis gerechnet.

Das Messejahr 2015 startete erfolgreich mit den beiden Großmessen BAU und ISPO MUNICH. Bereits die erste große Eigenveranstaltung des Jahres, die **BAU**, konnte neue Rekorde verzeichnen. Zur Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme kamen 254.441 Fachbesucher, 9 Prozent mehr als zur Vorveranstaltung 2013. Die Zahl der ausländischen Besucher nahm sogar um 25 Prozent auf über 75.000 zu. 2.015 Aussteller ($\pm 0\%$) belegten wieder alle 16 Hallen des Messegeländes.

Auch die **ISPO MUNICH** belegte im vierten Jahr in Folge alle Messehallen. An der internationalen Leitmesse der Sportbranche beteiligten sich auf rund 105.000 m² Nettofläche 2.585 Aussteller (+ 1 %). Mit über 83.000 Fachbesuchern aus über 130 Ländern ist die Besucherzahl um mehr als 2 Prozent gegenüber der Vorjahresveranstaltung gestiegen.

Mit der **transport logistic**, der **EXPO REAL** und der **productronica** stehen weitere umsatz- und wachstumsstarke Großmessen auf dem Kalender 2015 der Messe München.

Das Jahr 2015 wird geprägt sein von den weiteren Planungs- und Vorbereitungsarbeiten für den **Bau der neuen Messehallen C5 und C6** einschließlich eines kleinen Konferenzbereichs. Bis Ende 2015 sollen ca. 50 Prozent der Auftragsvergaben erfolgen. Vorgesehener Baubeginn der rund 105 Mio. EUR teuren Zukunftsinvestition ist Juni 2016.

Unter den 2015 geplanten Auslandsmessen verbinden sich besonders mit der ersten **ISPO SHANGHAI** im Juli und der zweiten **BAUMA CONEXPO AFRICA** in Johannesburg berechnete Erwartungen an hohe Aussteller- und Besucherzahlen. Da turnusgemäß keine **bauma China** stattfinden wird, ist 2015 für die Auslandsbeteiligungen der Messe München ein schwächeres Messejahr.

München, den 31. März 2015

Die Geschäftsführung

KONZERNBILANZ

zum 31. Dezember 2014
Messe München GmbH

AKTIVA	31.12.2014 EUR	VORJAHR TEUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	6.555.736,16	4.387
II. Sachanlagen	939.923.521,18	965.160
III. Finanzanlagen	19.316.684,41	17.764
	965.795.941,75	987.311
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	105.464,02	110
2. Unfertige Leistungen	2.694.594,62	2.349
3. Fertige Erzeugnisse und Waren	26.622,69	43
4. Geleistete Anzahlungen	285.549,31	691
	3.112.230,64	3.193
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13.325.163,05	9.810
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	333.193,24	1
3. Forderungen gegen Beteiligungsunternehmen	152.963,17	180
4. Sonstige Vermögensgegenstände	5.739.236,71	5.657
	19.550.556,17	15.648
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	162.480.313,75	159.332
	185.143.100,56	178.173
C. Rechnungsabgrenzungsposten	2.894.305,92	3.221
	1.153.833.348,23	1.168.705
PASSIVA	31.12.2014 EUR	VORJAHR TEUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	248.656.580,58	248.656
II. Kapitalrücklage	79.930.110,21	79.930
III. Andere Gewinnrücklage	61.267,30	61
IV. In den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert	-1.775.304,60	-1.775
V. Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	5.821.404,17	851
VI. Konzernbilanzverlust	-71.118.760,84	-96.811
VII. Anteile anderer Gesellschafter	891.350,96	837
	262.466.647,78	231.749
B. Gesellschafterdarlehen	520.755.022,66	520.755
C. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	10.280.154,00	9.697
2. Steuerrückstellungen	16.243.240,32	5.826
3. Sonstige Rückstellungen	36.360.994,75	73.392
	62.884.389,07	88.915
D. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	195.048.156,22	236.197
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	65.217.034,80	38.967
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14.199.365,66	12.299
4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	30.420.853,08	37.056
5. Sonstige Verbindlichkeiten	2.841.878,96	2.284
	307.727.288,72	326.803
E. Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	483
	1.153.833.348,23	1.168.705

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014
Messe München GmbH, München

	2014 EUR	VORJAHR TEUR
1. Umsatzerlöse	309.368.439,22	352.999
2. Veränderung des Bestands an unfertigen Leistungen	345.746,55	-2.612
3. Sonstige betriebliche Erträge	19.068.980,48	3.816
	328.783.166,25	354.203
4. Veranstaltungsbezogener Aufwand	-122.428.581,20	-135.109
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-44.835.939,21	-44.362
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung davon für Altersversorgung: EUR 1.809.273 (Vj. TEUR 4.547)	-9.519.664,93	-11.599
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-35.731.207,59	-34.782
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-42.626.792,34	-66.179
	73.640.980,98	62.172
8. Erträge aus Beteiligungen	195,00	65
9. Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	4.857.820,58	3.535
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.057.478,09	1.493
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	0
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an Gesellschafter: EUR 30.386.427,31 (Vj. TEUR 37.042) davon aus der Aufzinsung von Rückstellungen: EUR 499.367,00 (Vj. TEUR 508)	-37.862.939,99	-54.178
	-30.947.446,32	-49.085
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	42.693.534,66	13.087
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-11.958.303,14	-5.744
15. Sonstige Steuern	-4.323.919,66	-3.066
16. Konzernjahresergebnis vor Anteilen anderer Gesellschafter	26.411.311,86	4.277
17. Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-718.964,28	-1.116
18. Konzernjahresergebnis	25.692.347,58	3.161
19. Verlustvortrag	-96.811.108,42	-99.972
20. Konzernbilanzverlust	-71.118.760,84	-96.811

BILANZ

zum 31. Dezember 2014
Messe München GmbH

AKTIVA	EUR	31.12.2014 EUR	VORJAHR TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.752.724,38		3.035
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	919.951.713,65		948.279
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.068.917,90		14.268
3. Anlagen im Bau	5.985.818,85		1.831
	939.006.450,40		964.378
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.508.730,41		6.186
2. Beteiligungen	11.725.312,32		11.725
	18.234.042,73		17.911
		960.993.217,51	985.324
B. Umlaufvermögen			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.581.509,48		7.574
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.022.247,26		4.994
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	152.963,17		180
4. Sonstige Vermögensgegenstände	3.160.232,38		4.096
	16.916.952,29		16.844
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	66.075.966,35		98.471
		82.992.918,64	115.315
C. Rechnungsabgrenzungsposten		809.722,77	861
		1.044.795.858,92	1.101.500
PASSIVA			
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	248.656.580,58		248.657
II. Kapitalrücklage	79.930.110,21		79.930
III. Verlustvortrag	-143.198.561,35		-143.199
		185.388.129,44	185.388
B. Gesellschafterdarlehen		520.755.022,66	520.755
C. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8.387.549,00		7.915
2. Steuerrückstellungen	6.075.655,88		5.585
3. Sonstige Rückstellungen	34.434.778,60		71.389
		48.897.983,48	84.889
D. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	195.048.156,22		236.197
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	49.264.376,70		23.252
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.671.353,01		11.284
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.304.835,95		1.323
5. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	30.420.853,08		37.056
6. Sonstige Verbindlichkeiten davon aus Steuern: EUR 1.448.805,73 (Vj. TEUR 699)	2.045.148,38		1.356
		289.754.723,34	310.468
		1.044.795.858,92	1.101.500

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014
Messe München GmbH, München

	2014 EUR	VORJAHR TEUR
1. Umsatzerlöse	223.694.657,76	309.452
2. Sonstige betriebliche Erträge	16.935.715,37	1.902
	240.630.373,13	311.354
3. Veranstaltungsbezogener Aufwand		
a) Werbekosten	-16.414.443,15	-18.505
b) Durchführungskosten	-69.397.749,89	-96.032
	-85.812.193,04	-114.537
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-35.751.478,73	-35.887
b) Soziale Abgaben davon für Altersversorgung: EUR 1.211.500,68 (Vj. TEUR 4.440)	-7.637.404,05	-10.028
	-43.388.882,78	-45.915
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-34.816.681,88	-34.145
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-38.073.249,21	-62.338
	-202.091.006,91	-256.935
	38.539.366,22	54.419
7. Erträge aus Beteiligungen davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 714.248,08 (Vj. TEUR 687)	4.214.248,08	3.687
8. Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 296.372,49 (Vj. TEUR 2.378)	296.372,49	2.378
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon von verbundenen Unternehmen: EUR 11.391,11 (Vj. TEUR 4)	218.178,22	529
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundenen Unternehmen: EUR 0,00 (Vj. TEUR 0) davon an Gesellschafter: EUR 30.386.427,31 (Vj. TEUR 37.042) davon Aufzinsung langfristiger Rückstellungen: EUR 410.487,00 (Vj. TEUR 423)	-37.773.989,33	-54.092
	-33.045.190,54	-47.498
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5.494.175,68	6.921
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.689.345,03	-3.958
13. Sonstige Steuern	-3.804.830,65	-2.963
14. Jahresergebnis	0,00	0

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS – KONZERN

Messe München GmbH

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN							KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN						BUCHWERTE	
	31.12.2013	Änderung Kons.kreis*	01.01.2014	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	31.12.2014	31.12.2013	Änderung Kons.kreis*	01.01.2014	Zugänge	Abgänge	31.12.2014	31.12.2014	31.12.2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände															
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	25.012	18	25.030	3.915	106	63	28.988	21.082	14	21.096	1.922	39	22.979	6.009	3.930
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.935	0	1.935	0	0	0	1.935	1.485	0	1.485	150	0	1.635	300	450
3. Geleistete Anzahlungen	7	0	7	240	0	0	247	0	0	0	0	0	0	247	7
	26.954	18	26.972	4.155	106	63	31.170	22.567	14	22.581	2.072	39	24.614	6.556	4.387
II. Sachanlagen															
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.409.681	0	1.409.681	1.514	0	14	1.411.181	461.322	0	461.322	29.843	2	491.163	920.018	948.359
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	117.381	123	117.504	2.539	212	264	119.991	102.411	77	102.488	3.816	233	106.071	13.920	14.970
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	1.831	0	1.831	4.481	-318	8	5.986	0	0	0	0	0	0	5.986	1.831
	1.528.893	123	1.529.016	8.534	-106	286	1.537.158	563.733	77	563.810	33.659	235	597.234	939.924	965.160
III. Finanzanlagen															
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	263	0	263	188	0	0	451	0	0	0	0	0	0	451	263
2. Beteiligungen	122	7	129	0	0	0	129	59	7	66	0	0	66	63	63
3. Anteile an assoziierten Unternehmen	12.129	39	12.168	0	0	0	12.168	-5.309	-138	-5.447	-1.187	0	-6.634	18.802	17.438
	12.514	46	12.560	188	0	0	12.748	-5.250	-131	-5.381	-1.187	0	-6.568	19.316	17.764
	1.568.361	187	1.568.548	12.877	0	349	1.581.076	581.050	-40	581.010	34.544	274	615.280	965.796	987.311

*Änderung Konsolidierungskreis und Währungseffekte

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014
Messe München GmbH, München

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	01.01.2014	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	31.12.2014	01.01.2014	Zugänge	Abgänge	31.12.2014	31.12.2014	31.12.2013
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	22.954.492,53	2.166.910,61	29.330,66	105.575,50	25.197.647,98	19.919.044,48	1.538.426,69	12.547,57	21.444.923,60	3.752.724,38	3.035.448,05
II. Sachanlagen											
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.409.369.278,23	1.514.226,55	13.950,01	0,00	1.410.869.554,77	461.090.723,95	29.829.534,35	2.417,18	490.917.841,12	919.951.713,65	948.278.554,28
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	113.843.724,35	2.053.722,41	28.488,50	212.021,48	116.080.979,74	99.575.244,17	3.448.720,84	11.903,17	103.012.061,84	13.068.917,90	14.268.480,18
3. Anlagen im Bau	1.830.965,66	4.480.950,17	8.500,00	-317.596,98	5.985.818,85	0,00	0,00	0,00	0,00	5.985.818,85	1.830.965,66
	1.525.043.968,24	8.048.899,13	50.938,51	-105.575,50	1.532.936.353,36	560.665.968,12	33.278.255,19	14.320,35	593.929.902,96	939.006.450,40	964.378.000,12
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.729.760,67	323.073,74	0,00	0,00	7.052.834,41	544.104,00	0,00	0,00	544.104,00	6.508.730,41	6.185.656,67
2. Beteiligungen	11.725.312,32	0,00	0,00	0,00	11.725.312,32	0,00	0,00	0,00	0,00	11.725.312,32	11.725.312,32
	18.455.072,99	323.073,74	0,00	0,00	18.778.146,73	544.104,00	0,00	0,00	544.104,00	18.234.042,73	17.910.968,99
	1.566.453.533,76	10.538.883,48	80.269,17	0,00	1.576.912.148,07	581.129.116,60	34.816.681,88	26.867,92	615.918.930,56	960.993.217,51	985.324.417,16

KONZERNANHANG 2014

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014
Messe München GmbH, München

Allgemeine Hinweise

Der vorliegende Konzernabschluss wurde gemäß §§ 290 ff. HGB aufgestellt.

Zur Klarheit und Übersichtlichkeit des Konzernabschlusses haben wir einzelne Posten der Konzernbilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang

erläutert. Die für einzelne Posten geforderten Zusatzangaben haben wir ebenfalls in den Anhang übernommen. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Konsolidierungskreis

Der Konzernabschluss umfasst folgende vollkonsolidierte Unternehmen:

FIRMA, SITZ	ANTEIL AM EIGENKAPITAL 31.12.2014 IN %	NENNKAPITAL		EIGENKAPITAL 31.12.2014 TEUR	JAHRESERGEBNIS 2014 TEUR
		WÄHRUNG	31.12.2014 IN TSD.		
Direkt:					
IMAG Internationaler Messe- und Ausstellungsdienst GmbH, München	100,00	EUR	102	281	6 ¹⁾
MMI Asia Pte. Ltd., Singapur	100,00	SGD	50	14.073	10.872
MMI India Pvt. Ltd., Mumbai ²⁾	100,00	INR	27.344	1.974	-65
MMI Asia (Hong Kong) Ltd., Hongkong	100,00	HK\$	10	0	-4
Meplan GmbH, München	85,00	EUR	51	119	333 ¹⁾
Trendset GmbH, München	51,15	EUR	26	1.304	1.229
MMI South Africa (Pty) Ltd., Johannesburg	100,00	ZAR	3.000	804	-141
Indirekt:					
MMI (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai ³⁾	100,00	CNY	4.138	59.779	25.974
bC Expo India Pvt. Ltd., Mumbai ⁴⁾	65,00	INR	28.500	581	79

Im Übrigen verweisen wir auf die Angaben zum Anteilsbesitz.

1) vor Ergebnisabführung an die MMG

2) Die Anteile wurden bisher zu je 50 % von der Messe München GmbH und der MMI Asia Pte. Ltd. gehalten. Aufgrund der in 2014 durchgeführten Kapitalerhöhung hält die Messe München nun 32,86 % und die MMI Asia Pte. Ltd. 67,14 %.

3) Sämtliche Anteile an der Tochtergesellschaft werden von der MMI Asia Pte. Ltd. gehalten.

4) Es handelt sich um eine 65 %ige Tochter der MMI Asia Pte. Ltd, Singapur.

Konsolidierung der Einzelabschlüsse der Tochterunternehmen

Entsprechend den gesetzlichen Vorschriften der §§ 300 ff. HGB werden die Einzelabschlüsse der Tochterunternehmen nach den Grundsätzen der Vollkonsolidierung einbezogen, d. h., an die Stelle der dem Mutterunternehmen gehörenden Anteile an den einbezogenen Tochterunternehmen treten die Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten sowie Sonderposten der Tochterunternehmen.

Unter Ausübung des Wahlrechts nach § 296 Abs. 2 HGB wurden die Adventor GmbH i.L., München (Anteil am Eigenkapital 90 %), die MMI Eurasia Fuarçilik Limited Sirketi, Istanbul (Anteil am Eigenkapital 55 %), und die bC Expo Pty. Ltd., Randburg (Anteil am Eigenkapital 65 %), wegen Unwesentlichkeit nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

Unter Ausübung des Wahlrechts nach § 311 Abs. 2 HGB wurde auf den Einbezug der Firma MMI-ZM Trade Fairs (Shanghai) Co. Ltd, Shanghai (Anteil am Eigenkapital 50 %), verzichtet.

Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt grundsätzlich nach der Neubewertungsmethode (§ 301 Abs. 1 HGB). Danach werden die konsolidierungspflichtigen Anteile mit dem auf sie entfallenden Eigenkapital der Tochterunternehmen verrechnet. Ein sich ergebender passivischer Ausgleichspos-

ten aus der Kapitalkonsolidierung wird nach dem Eigenkapital ausgewiesen. Ein sich ergebender aktivischer Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- und Firmenwert ausgewiesen und linear über 4 Jahre, beginnend mit dem Folgejahr, bzw. über fünf Jahre abgeschrieben.

Der als „In den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert“ ist auf die Erstkonsolidierung der IMAG zurückzuführen. In nachfolgender Tabelle wird dessen Entstehung veranschaulicht:

IMAG	EUR
Kaufpreis	2.056.515,14
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung	
Stammkapital	102.258,38
Kapitalrücklage	178.952,16
	281.210,54
Firmenwert	1.775.304,60

Bis einschließlich 1994 wurde der sich aus der Kapitalkonsolidierung ergebende Geschäfts- oder Firmenwert gemäß § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB offen von den Rücklagen der MMG abgesetzt. 1995 wurden die für die Verrechnung verwendeten Gewinnrücklagen der MMG gemäß Gesellschafterbeschluss in voller Höhe aufgelöst, um den Verlustvortrag aus 1994 teilweise abzudecken. Da damit keine Rücklagen mehr zur Verrechnung

mit dem Geschäfts- oder Firmenwert zur Verfügung standen, entstand der „In den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert“ in Höhe von TEUR 1.775.

In 2002 hat die Gesellschaft 85 % an der MEPLAN GmbH, München, erworben. Da der Kaufpreis das erworbene Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung überstieg, entstand ein Firmenwert, der über die Jahre 2003 bis 2006 abgeschrieben wurde.

MEPLAN GMBH	EUR
Kaufpreis	1.228.956,88
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung	43.459,81
Firmenwert	1.185.497,07

Seit 2008 hielt die Gesellschaft 40 % der Anteile an der Trendset GmbH, München. Mit Vertrag vom 21. Dezember 2011 bzw. mit Wirkung zum 1. Januar 2012 wurde ein weiterer Anteil in Höhe von 11,15 % erworben, sodass die MMG nunmehr 51,15 % der Anteile an der Trendset GmbH hält. Dementsprechend wurde die Trendset GmbH im Geschäftsjahr 2012 erstmals vollkonsolidiert.

Da der im Rahmen des Übergangs von der Equity- zur Vollkonsolidierung anzusetzende Beteiligungswert das hierauf

entfallende Eigenkapital übersteigt, ergibt sich ein aktiver Unterschiedsbetrag, der als Firmenwert ausgewiesen und planmäßig über fünf Jahre abgeschrieben wird.

TRENDSET GMBH	EUR
Kaufpreis	1.291.160,29
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Übergangskonsolidierung	541.254,19
Firmenwert	749.906,10

Schuldenkonsolidierung

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden aufgerechnet.

Aufwands- und Ertragskonsolidierung

Umsatzerlöse und andere Erträge aus Lieferungen und Leistungen zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet.

Steuerabgrenzung

Im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 wurden keine latenten Steuern aus den Jahresabschlüssen der einbezogenen Unternehmen angesetzt, da sich ein Überhang aktiver latenter Steuern ergibt. Steuerlatenzen aus den Überleitungen zur Handelsbilanz II bzw. aus Konsolidierungsmaßnahmen bestehen nicht.

Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse erfolgt grundsätzlich nach dem Stichtagskursverfahren. Danach werden das Eigenkapital – mit Ausnahme des Jahresergebnisses – zu historischen Kursen, die übrigen Vermögens- und Schuldenpositionen zu den Mittelkursen am Bilanzstichtag umgerechnet. Die bilanziellen Unterschiedsbeträge daraus

werden in einem gesonderten Posten innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen.

Quotenkonsolidierung

Die EKO MMI Fuarcilik Limited Sirketi, Istanbul, wird von der Messe München GmbH und der konzernfremden EKO Fuarcilik Ticaret Limited Sirketi, Istanbul, gemeinsam geführt. Die Gesellschaft wurde entsprechend der Beteiligung in Höhe von 50 % konsolidiert (§ 310 HGB).

Equity Konsolidierung

Die Messe München GmbH hält an der GEC German Exposition Corporation International GmbH, Berlin, eine Beteiligung von 33,3 %, die seit 2004 in den Konzernabschluss der MMG einbezogen wird. An der Jing Mu International Exhibition Co. Ltd., Peking, ist die MMI Asia Pte. Ltd. Singapur seit 2005 mit 50 % beteiligt. Ab 2006 wird Jing Mu in den Konzernabschluss einbezogen. Damit ist bei beiden Beteiligungen maßgeblicher Einfluss im Sinne des § 311 Abs. 1 HGB vorhanden.

Die Bewertung dieser Beteiligungen erfolgt im Konzernabschluss nach der Equity-Methode gemäß der Buchwertmethode (§ 312 Abs. 1 HGB). Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der Gesellschaften entsprechen im Wesentlichen den im Konzernabschluss angewandten Verfahren.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Konzernabschlusses wurden die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt.

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer (Software 3 – 5 Jahre) um planmäßige Abschreibungen zu üblichen Abschreibungssätzen vermindert.

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt und wird, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Hierbei wurden grundsätzlich folgende Nutzungsdauern angesetzt: 40 Jahre bei Gebäuden, 3 bis 12 Jahre bei Betriebs- und Geschäftsausstattungen, 6 Jahre bei Fahrzeugen und 10 Jahre bei Betriebsvorrichtungen. Geringwertige Wirtschaftsgüter bis zu einem Wert von EUR 410 werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens erfolgen grundsätzlich zeitanteilig.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt.

Die Vorräte werden grundsätzlich zu Anschaffungs- und Herstellungskosten angesetzt.

Der unter den Vorräten ausgewiesene Bestand an noch nicht abgerechneten Veranstaltungen resultiert aus dem Durchführungsgeschäft der IMAG für öffentliche Auftraggeber. Die Bestände wurden zu den angefallenen Veranstaltungskosten zuzüglich der von der Gesellschaft bereits verdienten Durchführungsleistung bewertet.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

Die Bewertung der Rückstellung für Pensionen und Vorruhestandsverpflichtungen und die Bewertung der Rückstellung für Beihilfeverpflichtungen basiert auf dem sog. Anwartschaftsbarwertverfahren. Den Berechnungen liegen folgende

versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

	PENSIONSVERPFLICHTUNG		BEIHLFEVERPFLICHTUNG	
	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2013
Rechnungszinssatz	4,53 %	4,88 %	4,53 %	4,88 %
Gehaltstrend	2,00 %	2,00 %	0,00 %	0,00 %
Rententrend	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %

Den Berechnungen für die Entgeltumwandlung und für die Rückstellung für Altersteilzeit liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

	ENTGELTUMWANDLUNG		ALTERSTEILZEIT	
	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2013
Zinssatz	4,53 %	4,88 %	2,80 %	3,34 %
Gehaltstrend	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %
Durchschnittlicher Rententrend	1,00 %	1,00 %	0,00 %	0,00 %

Für die Bestimmung von Sterbe- und Invaliditätswahrscheinlichkeit werden für alle Gutachten die Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten. Die Bewertung erfolgt mit dem voraussichtlichen Erfüllungsbetrag.

Unter vorsichtiger Bewertung sind alle vorhersehbaren Risiken und Verluste, die bis zum Bilanzstichtag entstanden sind, selbst wenn diese erst zwischen Abschlussstichtag und dem Tag der Aufstellung des Jahresabschlusses bekannt geworden sind, berücksichtigt.

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährungen wurden mit dem Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Finanzanlagen

Die Zusammensetzung des Anteilsbesitzes ist der nachfolgenden Übersicht „Angaben zum Anteilsbesitz“ zu entnehmen.

FIRMA, SITZ	ANTEIL AM EIGENKAPITAL 31.12.2014 IN %	NENNKAPITAL 31.12.2014 TEUR	EIGENKAPITAL 31.12.2014 TEUR	JAHRESERGEBNIS 2014 TEUR
Ausland:				
Verbundene Unternehmen				
MMI Eurasia Fuarcilik Ltd. Sirketi, Istanbul ²⁾	55,00	387	-175	-477
bC Expo South Africa Prt. Ltd., Randburg ³⁾	65,00	289	224	-65
Assoziierte Unternehmen				
Jing Mu International Exhibition Co. Ltd., Peking ¹⁾	50,00	616	3.961	1.127
MMI-ZM Trade Fairs (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai ¹⁾	50,00	133	1.106	935
Inland:				
Verbundene Unternehmen				
Adventor GmbH i.L., München	90,00	50	0	0
Assoziiertes Unternehmen				
GEC German Exposition Corporation International GmbH, Berlin	33,33	150	50.060	12.373

1) Umrechnungskurs 0,13270

2) Umrechnungskurs 0,35311

3) Umrechnungskurs 0,07125

Forderungen

Alle Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Flüssige Mittel

Die Flüssigen Mittel von insgesamt TEUR 162.480 beinhalten Bankguthaben und Kassenbestand.

Latente Steuern

Zum Bilanzstichtag ergeben sich ausschließlich aktivische Steuerlatenzen resultierend aus handels- und steuerrechtlich voneinander abweichenden Wertansätzen der Pensionsrückstellungen und sonstiger Rückstellungen sowie steuerlichen Verlustvorträgen. Es wird vom Aktivierungswahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB kein Gebrauch gemacht, sodass ein Ansatz latenter Steuern in der Bilanz unterbleibt. Der momentan anzuwendende tatsächliche Steuersatz beträgt 32,98 %.

Eigenkapital

Hinsichtlich der Entwicklung des Eigenkapitals verweisen wir auf den beigefügten Eigenkapitalspiegel.

Gesellschafterdarlehen

Die Gesellschafterdarlehen wurden der MMG von den beiden Hauptgesellschaftern überwiegend zur Finanzierung der Investitionen für den Bau der Neuen Messe München-Riem gewährt. Hinsichtlich der Verzinsung verweisen wir auf die Ausführungen unter „sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen für unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen (TEUR 17.622), für Personalrückstellungen (TEUR 10.381) und ausstehende Rechnungen (TEUR 1.176) gebildet.

Aus der Umstellung der langfristigen Aufwandsrückstellungen für Baumängel/

Gewährleistungsmängel 1. BA aufgrund der geänderten Bewertung durch das BilMoG wird von dem Wahlrecht des Art. 67 Abs. 3 Satz 1 EGHGB Gebrauch gemacht und die Rückstellung beibehalten. Der Betrag der Rückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2014 auf TEUR 17.622.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind wie folgt fällig:

FÄLLIGKEIT	2014 TEUR	2013 TEUR
< 1 Jahr	41.149	41.149
1–5 Jahre	118.899	155.048
> 5 Jahre	34.999	40.000

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind in voller Höhe durch Grundschulden besichert.

Fälligkeit von Verbindlichkeiten

Nachfolgende Verbindlichkeiten sind sämtlich innerhalb eines Jahres fällig:

VERBINDLICHKEITEN	31.12.2014 TEUR	31.12.2013 TEUR
aus erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen	65.217	38.966
aus Lieferungen und Leistungen	14.199	12.299
gegenüber verbundenen Unternehmen	0	0
gegenüber Beteiligungsunternehmen	0	0
gegenüber Gesellschaftern	30.421	37.056
sonstige Verbindlichkeiten	2.842	2.284

Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

Unter Beachtung von § 42 Abs. 3 GmbH weist die Gesellschaft die Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern gesondert aus. Die Verbindlichkeit gegenüber der Gesellschafterin Landeshauptstadt München beläuft sich unter Berücksichtigung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von TEUR 34 auf

TEUR 16.215 (Vj. TEUR 19.738) und gegenüber dem Freistaat Bayern auf TEUR 14.206 (Vj. Forderung TEUR 17.318).

Sonstige Verbindlichkeiten

Von den sonstigen Verbindlichkeiten entfallen TEUR 1.915 (Vj. TEUR 1.489) auf Steuern und TEUR 0 (Vj. TEUR 0) auf Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen in Höhe von TEUR 2.531 Zahlungsverpflichtungen aus Miet- und sonstigen Verträgen. Davon beträgt die Laufzeit für TEUR 1.143 zwischen 1 und 5 Jahren.

Die Gesellschafterdarlehen werden mit 3,5 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank, mindestens aber mit 5,5 % p.a. verzinst. Zinsleistungen auf die Gesellschafterdarlehen in Höhe von derzeit TEUR 520.755 sind zu erbringen, soweit sie aus dem Jahresüberschuss gemäß § 275 Abs. 2 HGB des laufenden Jahres und der vergangenen neun Jahre abgedeckt

werden können. 2014 wurden Zinsen auf Gesellschafterdarlehen in Höhe von TEUR 30.387 (Vj. TEUR 37.042) geleistet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

UMSATZERLÖSE	2014 TEUR	2013 TEUR
Aussteller	258.048	294.323
Öffentliche Auftraggeber	3.091	7.242
Besucher	11.968	18.505
Sonstige	36.261	32.929
	309.368	352.999

Die Umsätze wurden zu 73 % in Deutschland sowie zu 27 % im Ausland erzielt.

Veranstaltungsaufwendungen

Der Posten beinhaltet neben dem Aufwand für Veranstaltungen des Geschäftsjahres 2014 periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 7.661.

Sonstige betriebliche Erträge

Der Posten beinhaltet unter anderem Skontoerträge und Erträge aus Scha-

denfällen sowie periodenfremde Erträge von TEUR 16.919, die mit TEUR 16.644 im Wesentlichen auf Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen entfallen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Der Posten beinhaltet periodenfremde Aufwendungen von TEUR 889, davon entfallen TEUR 680 auf die Abschreibung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

SONSTIGE ANGABEN

Aufsichtsrat im Berichtsjahr

ILSE AIGNER
Staatsministerin, Bayerisches
Staatsministerium für Wirtschaft und
Medien, Energie und Technologie. MdL,
Stellvertretende Ministerpräsidentin
(Vorsitzende)

CHRISTIAN UDE
Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt München
(Erster stellv. Vorsitzender)
– bis 30.04.2014

DIETER REITER
Oberbürgermeister
der Landeshauptstadt München
(Erster stellv. Vorsitzender)
– seit 01.05.2014

HEINRICH TRAUBLINGER
Präsident a.D. der Handwerkskammer
für München und Oberbayern. MdL a.D.
(Weiterer stellv. Vorsitzender)

STEFAN OSTERMEIER
Betriebsratsvorsitzender,
Messe München GmbH
(Weiterer stellv. Vorsitzender)

DR. INGRID ANKER
Stadträtin der Landeshauptstadt München
– bis 07.07.2014

DR. HEIKO BAUER
Regierungsdirektor, Bayerisches
Staatsministerium der Finanzen,
für Landesentwicklung und Heimat
– seit 01.05.2014

PETER DRIESSEN
Hauptgeschäftsführer der Industrie-
und Handelskammer für München
und Oberbayern

JENS GANSSAUGE
Stellv. Betriebsratsvorsitzender,
Messe München GmbH

DR. THOMAS GRUBER
Ministerialdirigent,
Bayerische Staatskanzlei

JOHANNES HINTERSBERGER
Staatssekretär, Bayerisches
Staatsministerium der Finanzen, für
Landesentwicklung und Heimat. MdL

DR. ULRICH KLEIN
Ministerialdirigent, Bayerisches
Staatsministerium der Finanzen,
für Landesentwicklung und Heimat
– bis 30.04.2014

GEORG MOLLER
Bereichsleiter
Messe München GmbH
– ab 01.01.2015

SABINE NALLINGER
Stadträtin der Landeshauptstadt München

FRANK PASTIOR
Abteilungsleiter, Messe München
GmbH

HANS PODIUK
Stadtrat der Landeshauptstadt München

FRANZ JOSEF PSCHIERER
Staatssekretär, Bayerisches
Staatsministerium für Wirtschaft und
Medien, Energie und Technologie. MdL

GEORG SCHLAGBAUER
Stadtrat der Landeshauptstadt München
– seit 08.07.2014

HELMUT SCHMID
Stadtrat der Landeshauptstadt München

NICOLE SCHMITT
Projektgruppenleiterin, Messe München
GmbH

ROLF TISCHER
Stellv. Bereichsleiter, Messe München
GmbH

Mitglieder des Finanz- und Personalausschusses

HELMUT SCHMID
Vorsitzender

DR. ULRICH KLEIN
Mitglied und Stellv. Vorsitzender
– bis 30.04.2014

FRANZ JOSEF PSCHIERER, MDL
Stellv. Vorsitzender – seit 01.05.2014

DR. HEIKO BAUER
– seit 01.05.2014

PETER DRIESSEN

HANS PODIUK

NICOLE SCHMITT

ROLF TISCHER

Geschäftsführung

KLAUS DITTRICH
Poing b. München
Vorsitzender der Geschäftsführung

DR. REINHARD PFEIFFER
München
Stellv. Vorsitzender der Geschäftsführung

EUGEN EGETENMEIR
Feldkirchen
Geschäftsführer – bis 31.12.2014

STEFAN RUMMEL
München
Geschäftsführer – seit 01.01.2015

FALK SENGER
Sauerlach
Geschäftsführer – seit 01.01.2015

MONIKA DECH
München
Stellv. Geschäftsführerin – seit 01.01.2015

GERHARD GERRITZEN
München
Stellv. Geschäftsführer

Gesamtbezüge der Geschäftsführung

Die Bezüge der Geschäftsführung beliefen sich 2014 auf:

	EUR
Klaus Dittrich Vorsitzender	318.159,12
Dr. Reinhard Pfeiffer Stellv. Vorsitz. ab 1. April 2014	272.000,59
Eugen Egetenmeir Geschäftsführer	244.064,93
Gerhard Gerritzen Stellv. Geschäftsführer	183.604,80
	1.017.829,44

In den Bezügen sind analog zum Vorjahr die Versorgungszuschläge öffentlich-rechtlicher Einrichtungen von TEUR 28 nicht enthalten.

Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich in 2014 auf TEUR 46.

Gesamtbezüge ehemaliger Mitglieder der Geschäftsführung

Die Bezüge für ehemalige Mitglieder der Geschäftsführung und ihre Hinterbliebenen betragen in 2014 TEUR 770. Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Organmitgliedern sind zum Bilanzstichtag TEUR 4.695 bzw. TEUR 568 gegenüber Hinterbliebenen früherer Organmitglieder zurückgestellt.

Kredite an oder eingegangene Haftungsverhältnisse zugunsten von Organmitgliedern bestehen nicht.

Befreiung nach § 264 Abs. 3 HGB

Die in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen IMAG – Internationaler Messe- und Ausstellungs-dienst GmbH, München, und MEPLAN GmbH, München, legen ihre Jahresabschlüsse für 2014 unter Bezugnahme auf § 264 Abs. 3 HGB nicht offen.

Mitarbeiter

Innerhalb des Konzerns waren im laufenden Geschäftsjahr 898 (i. Vj. 842) Mitarbeiter beschäftigt. Bei der Messe München GmbH belief sich die durchschnittliche Mitarbeiterzahl auf 621 (i. Vj. 603), davon waren 368 Frauen und 253 Männer.

Bei der EKO MMI Fuarcilik Ltd., Istanbul, die nach der Quotenkonsolidierung einbezogen wird, sind keine Mitarbeiter beschäftigt.

Gesamthonorar des Abschlussprüfers

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar für den Abschlussprüfer beträgt für die Abschluss- und Konzernabschlussprüfung TEUR 64 und für sonstige Beratung TEUR 24.

München, 31. März 2015

Geschäftsführung

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Für das Geschäftsjahr 2014
Messe München GmbH

	2014 TEUR	2013 TEUR
Konzernergebnis vor Ertragsteuern und Zinsen	68.756	47.063
– Ertragsteuerzahlungen	–1.541	–1.887
+ Zinseinzahlungen	1.821	1.692
+ Abschreibungen (-Zuschreibungen) auf Gegenstände des Anlagevermögens	34.544	34.247
+/- Veränderung der Rückstellungen	–36.448	27.470
+/- Veränderung des Unterschiedsbetrages aus Währungsdifferenzen	4.971	–1.046
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	–224	160
+/- Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	–32
Zunahme (+Abnahme) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	–3.496	6.764
Zunahme (-Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	33.403	–26.571
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	101.786	87.860
+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	75	153
– Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände	–4.155	–2.589
– Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	–8.534	–7.729
– Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	–188	–263
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	–12.802	–10.428
+ Einzahlungen aus Zuführungen in die Kapitalrücklage	0	5.800
– Auszahlung Verzinsung Gesellschafterdarlehen Vorjahr	–37.042	–17.845
– Sonstige Zinsauszahlungen	–6.978	–16.627
– Auszahlung an Minderheitsgesellschafter	–667	–746
– Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzkrediten	–41.149	–41.149
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	–85.836	–70.567
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	3.148	6.865
+ Konsolidierungskreisbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	0	243
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres (= Flüssige Mittel)	159.332	152.224
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres (= Flüssige Mittel)	162.480	159.332

KONZERN- EIGENKAPITALSPIEGEL

für die Geschäftsjahre 2014 und 2013
Messe München GmbH, München

	MUTTERUNTERNEHMEN						MINDERHEITENKAPITAL	KONZERNEIGENKAPITAL	
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Kumuliertes übriges Konzernergebnis					Eigenkapital gemäß Konzernbilanz
				Ausgleichs- posten aus Währungs- umrechnung	andere Gewinnrücklagen	andere neutrale Transaktionen			
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	
Stand am 31.12.2012	248.657	74.130	-99.972	1.896	213	-1.775	223.149	409	223.558
Einstellung in die Kapitalrücklage	0	5.800	0	0	0	0	5.800	0	5.800
Änderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0	-152	0	-152	0	-152
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-1.046	0	0	-1.046	58	-988
Veränderungen der Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	0	0	-746	-746
Konzern-Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0	0	3.161	0	0	0	3.161	1.116	4.277
Stand am 31.12.2013	248.657	79.930	-96.811	850	61	-1.775	230.912	837	231.749
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	4.971	0	0	4.971	3	4.974
Veränderungen der Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	0	0	-667	-667
Konzern-Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0	0	25.692	0	0	0	25.692	719	26.411
Stand am 31.12.2014	248.657	79.930	-71.119	5.821	61	-1.775	261.575	892	262.467

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe München GmbH, München, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalspiegel und Anhang – und den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der Geschäftsführung der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung gemäß § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grund-

sätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der Geschäftsführung sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss der Messe München GmbH, München, den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 10. April 2015

Deloitte & Touche GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dorn
Wirtschaftsprüfer

Schilz
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Aufsichtsrats an die Gesellschafterversammlung zum Jahresabschluss 2014

„Der Aufsichtsrat hat sich während der Berichtsperiode laufend von der Geschäftsführung über die Angelegenheiten der Gesellschaft und des Konzerns schriftlich und mündlich berichten lassen und sich über die erzielten Ergebnisse während des Geschäftsjahres unterrichtet. Er hat in seinen Sitzungen und insbesondere in den Sitzungen seiner Ausschüsse alle wichtigen Angelegenheiten der Gesellschaft beraten und die nach dem Gesetz und dem Gesellschaftsvertrag notwendigen Beschlüsse gefasst.

Die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses sowie des Lageberichts und des Konzernlageberichts wurde durch die Firma Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, vorgenommen und jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Aufsichtsrat stimmt dem Ergebnis dieser Prüfungen nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses, des Lageberichts und des Konzernlageberichts zu und billigt den Jahresabschluss und den Konzern-

abschluss. Er empfiehlt der Gesellschafterversammlung, den Jahresabschluss der Gesellschaft festzustellen und den Konzernabschluss zu billigen.

Die Prüfung der Firma Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, hat im Rahmen der Prüfung nach § 53 HGrG auch ergeben, dass die Geschäftsführung die nach dem GmbH Gesetz in Verbindung mit § 91 Abs. 2 Aktiengesetz geforderten Maßnahmen zur Errichtung eines Risikofrüherkennungssystems getroffen hat und dass das Risikofrüherkennungs- und Überwachungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden, frühzeitig zu erkennen.“

München, 26. Juni 2015

Die Vorsitzende des Aufsichtsrats

ILSE AIGNER
Bayerische Staatsministerin für
Wirtschaft und Medien, Energie
und Technologie

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Messe München GmbH

Dirk Sturny
Leiter Zentralbereich MarCom

Messegelände
81823 München
Deutschland/Germany

Tel. +49 89 949-20731
Fax +49 89 949-20732

newsline@messe-muenchen.de
www.messe-muenchen.de

GESTALTUNG

Werbelounge München GmbH

BILDVERWEISE

Titelbild: Franz Sußbauer, Mitarbeiter der Messe München International;
Seite 6 (o.): stmwil.bayern.de;
Seite 6 (u.): Michael Nagy, Presseamt der Stadt München;
Seite 11 (o. r.): just GmbH;
Seite 12 (u. r.): Klaus Haag;
Seite 16: Klaus Haag;
Seite 17 (o.): picture-alliance/Süddeutsche Zeitung Photo/Andreas Heddergott;
Seite 17 (u.): zhu difeng, Fotolia.com;
Seite 18/19 (o.): Marcus Schlaf;
Seite 19: Hotel Bayerischer Hof;
Seite 20 (o.): Flughafen München, Werner Hennies/Alex Tino Friedel;
Seite 20 (u.): picture-alliance/Süddeutsche Zeitung, Photo/Claus Schunk;
Seite 21 (o.): Klaus Haag;
Seite 21 (u. l.): SWM/MVG, Marcus Schlaf;
Seite 22 (o.): Klaus Haag;
Seite 22 (u.): picture alliance/RelaXimages/ WRIGHT;
Seite 23 (o. l.): Hirmer;
Seite 23 (o. r.): CityPartnerMünchen e. V.;
Seite 23 (u. r.): Conrad-Hotel de Ville München;
Seite 26: kadawittfeldarchitektur;
Seite 32: GreenTec Awards, Stefan Kraul;
Seite 38 (u.): istockphoto;
Seite 40/41: just GmbH;
Seite 42/43: MIKS GmbH/Martin Hasse;
Seite 57 (M.): Tommy Lösch;
Seite 76/77: Robert Grahn.

DRUCK

G. Peschke Druckerei GmbH

Connecting Global Competence

MESSE MÜNCHEN GMBH | Messengelände | 81823 München | Deutschland/Germany
Tel. +49 89 949-20720 | Fax +49 89 949-20729 | newsline@messe-muenchen.de | messe-muenchen.de